مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما

# اخلاق مطبوعات

کیان شست‌فولادی

بسم الله الرحمن الرحیم

# اخلاق مطبوعات

نویسنده:

کیان شصت فولادی

ناشر چاپی:

مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتالی:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

# فهرست

# اخلاق مطبوعات

## مشخصات کتاب

سرشناسه : شصت فولادی، کیان

عنوان و نام پدیدآور : اخلاق مطبوعات/ کیان شصت فولادی .

مشخصات نشر : قم: مرکز پژوهش های اسلامی صدا وسینما، ۱۳۸۵ .

مشخصات ظاهری : ۸۹ ص .

فروست : مرکز پژوهش های اسلامی صدا وسیما؛ ۱۰۸۶

شابک : ۹۶۴۵۱۴۰۷۲۰

وضعیت فهرست نویسی : در انتظار فهرستنویسی

شماره کتابشناسی ملی : ۱۰۱۸۳۲۳

ص : ۱

## اشاره

## دیباچه

دیباچه

مطبوعـات در خبررسـانی و بالاـ بردن سـطح افکـار و اطلاعات عمومی مردم، نقش مهمی برعهـده دارنـد. مطبوعات می توانند فرهنگ یک کشور را به تدریج تحت تأثیر قرار دهند و فرهنگ جدیدی را جای گزین آن کنند.

این مزایـا و توانـایی سـبب شـده است تـا قـدرت هـای پلیـد بـا روش هـای غیراخلاقی و زشت، به تغییر حکومت ها و حاکمان مخالف خود بپردازند.

دخـالت این قـدرت هـا در کـار مطبوعـات و همچنین دیگر عوامـل سـبب شـده است تا اخلاق حاکم بر بسـیاری از مطبوعات، غیرارزشـی و ناهنجار باشـد. این امر افزون بر آنکه با قداست قلم سازگار ندارد، پای مال شدن حقوق افراد و ملت ها را در پی دارد. ازاین رو، نیازمند قوانین، تأمین کننده بخشـی از این نیاز است، ولی بسـنده کردن به آن کار شایسـته ای نیست؛ زیرا قانن آن گاه در دست یابی به اهـداف خود موفق خواهـد بود که کنترل درونی هم برخواست های براین اساس، مرکز پژوهش های اسـلامی بر آن شـد تـا «بایـدها و نبایـدهای اخلاـقی» در کـار مطبوعـات را ترسـیم کنـد و در پژوهش «اخلاـق مطبوعـات» به پژوهشگران رسانه عرضه دارد.

در پایان، از پژوهشگر محترم جناب آقای کیان شصت فولادی که در

ص : ۵

تدوین این مهم زحمت فراوان کشیده است، سپاس گزاریم. امید است این پژوهش مورد استفاده برنامه سازان قرار گیرد.

انّه ولیّ التوفیق

اداره کل پژوهش

مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما

ص : ۶

## پیش گفتار

پیش گفتار

نیاز بشر به آگاهی از اوضاع و احوال محیط پیرامونش، به پیدایش پدیده ای انجامید که امروزه از آن با عنوان کلی «رسانه» تعبیر می شود. این پدیده در طول عمر خویش دستخوش تحولات گوناگون شده و از ارتباط محدود با عده ای اندک برای تبادل اطلاعات و اخبار، به شبکه های پیچیده رایانه ای به نام اینترنت تغییر شکل داده است. در این میانه، نوع خاصی از رسانه را می شناسیم که از سال ها پیش به میان جوامع بشری راه یافته و دگرگونی های سریع تکنولوژیک نیز نتوانسته است آن را همانند دیگر ابزارهای زندگی بشری کنار بزنند.

هر چه بر میزان و سطح دانش و اطلاعات انسان ها افزوده می شود، مطبوعات در میان آنها رواج و رونق بیشتری می یابد، به گونه ای که امروزه یکی از راه های اصلی تعامل اجتماعی به شمار می روند. مطبوعات، بسته به جامعه ای که در آن انتشار می یابند، تابع شرایط و ارزش های آن جامعه هستند. بدین ترتیب، از اوضاع اجتماع خود تأثیر می پذیرند و البته بر آن تأثیر می گذارند.

ص : ۷

یکی از مهم ترین شاخص های زندگی اجتماعی، وجود اخلاق و میزان پای بندی مردم به آن است. بر این اساس، مطبوعات به عنوان پدیده ای فرهنگی در جامعه باید رابطه و مسئولیت مشخصی در قبال این عنصر اجتماعی _ اعتقادی ایجاد کنند. مبانی اعتقادی و فکری جامعه از یک سو و مؤلفه های شکل دهنده مطبوعات جامعه از سوی دیگر، تبیین کننده این رابطه هستند.

نویسنده این نوشتار می کوشد با بهره گیری از خلاصه مقاله هایی که صاحب نظران رسانه در این باره نوشته اند، جایگاه دو عنصر مطبوعات و اخلاق در جامعه اسلامی ایران، چگونگی رابطه مطبوعات و اخلاق، آسیب های این رابطه، دیدگاه شرع مقدس اسلام در این باره و درنهایت، تأثیری را که دیگر رسانه ها، به ویژه صدا و سیما بر این رابطه و تنظیم و اصلاح آن دارند، بررسی کند. به یقین، با شناخت و درک هر چه بهتر ماهیت اخلاق مطبوعات، راهکارهای ارزنده ای برای هر چه بهتر شدن ارتباط صدا و سیما با مطبوعات پدیدار می شود.

## فصل اول: ماهیت اخلاق

### اشاره

فصل اول: ماهیت اخلاق

برای ورود به بحث اخلاق مطبوعاتی، شایسته است برای آشنایی نزدیک تر و دقیق تر با این مفهوم، ابتدا به بررسی کوتاه و اصولی «اخلاق» و «مطبوعات» بپردازیم تا با دریافت تصویری روشن از این دو معنا، نسبت میان این دو مفهوم را بیان کنیم. این بحث را در دو فصل پی می گیریم.

### ۱. چیستی اخلاق

۱. چیستی اخلاق

صاحب نظران مکتب های فلسفی گوناگون درباره اینکه چه مسائلی جزو اصول اخلاقی هست یا نیست، اختلاف نظر دارند. البته این اختلاف نظر، برخاسته از نوع ارتباطی است که میان مبانی فکری و اعتقادی هر مکتب و پیروان آن و مسئله اخلاق وجود دارد. برای نمونه، سه تن از برجسته ترین فیلسوفان معاصر اروپایی در دهه های ۶۰ تا ۸۰ میلادی، تعریف واحدی را برای مفهوم اخلاق ارائه کرده اند. کریستانز،(۱) روتسل(۲) و فالکر(۳) در این باره می گویند:

ما اخلاق را به عنوان یکی از علوم انسانی می شناسیم که عملکرد ارادی



---

۱- ۱.Cristians.

۲- ۲.Rotsell.

۳- ۳.Falker.

انسان را مورد ارزیابی قرار می دهد تا آنجا که این عملکرد را با در نظر گرفتن اصولی معین، بتوان صحیح یا غلط دانست.(۱)

اندیشـمندان اسـلامی نیز بر پایه باورهای مذهبی خویش و برگرفته از آموزه های ارزشـمند اسـلام، تعریف هایی از اخلاق بیان کرده اند. محمد بیصار، اندیشمند عرب در کتاب العقیده و الاخلاق،(۲) در تعریف علم اخلاق می نویسد:

علم اخلاق، علم به فضایـل و چگونگی تحصـیل آنهاست، برای اینکه انسان خود را به آنها آراسـته سازد و نیز علم به رذایل و چگونگی حفـظ و نگه داری خود در برابر آنهـاست و اصـرار و تأکیـد بر قواعـد سـلوک و تعیین ملاـک هایی که بایـد اعمال ارادی انسـان بـا آنها هماهنگ و به دنبال آن، حکم به خیر یا شـر شود و همچنین علم اخلاق، تعیین جزا و پاداش برای هر یک از اعمال خیر و شر است.

این تعریف را بستانی نیز در دایره المعارف بستانی(۳) نقل می کنـد، ولی باید در نظر داشت که این تعریف، جامع نیست؛ زیرا در آن، شـیوه ها و دلایل آراسـتن انسان به فضایل و دوری از رذایل، معلوم و معین نشده است. شاید جامع ترین تعریف اخلاق از دیـدگاه اسـلام را اسـتاد مطهری بیـان داشـته است: «علم اخلاق، علم زیسـتن یا علم چگونه بایـد زیسـتن است که باارزش و مقدس و متعالی باشد».(۴)



---

۱- آس دوپر، در جست وجوی اخلاق، ترجمه: حمید مظفر، تهران، رشد نوین، ۱۳۶۸، ص ۲۵۵.

۲- محمد بیصار، العقیده و الاخلاق، ترجمه: حمید سعادتی، تهران، نشر کتاب داران، بی تا، ص ۱۲.

۳- عبدالمهدی بستانی، دایره المعارف بستانی، نشر پاکان، بی جا، بی تا، ص ۱۹.

۴- مرتضی مطهری، اخلاق اسلامی، تهران، صدرا، بی تا، ص ۴۹.

این تعریف به صورت کلی و مطلق، تعریف صحیح و جامعی است؛ یعنی اینکه انسان به دلیل انسان بودنش، چگونه باید زندگی کند و زندگی نیک برای او کدام است. محمدجواد مُغنیه در فلسفه اخلاق در اسلام، در تعریف علم اخلاق می نویسد:

علم اخلاق؛ یعنی مجموعه ای از اصول سنجشی که شایسته است رفتار بشری به مقتضای آن صورت گیرد و درواقع، اصول اخلاقی و رفتار پسندیده و هدف ها و انگیزه های آن را ترسیم می کند.(۱)

## ۲. ارتباط اخلاق با قانون

۲. ارتباط اخلاق با قانون

اندیشمندان درباره ارتباط اخلاق با قانون، نظریه های گوناگونی دارند. تعدادی، آنها را دو مفهوم هم وزن و هماهنگ و عده ای دیگر اخلاق را دارای گستره ای وسیع تر و عمیق تر از قانون دانسته اند. آن دسته از نظریه پردازانی که اخلاق را مقارن و هماورد قانون می دانند، شباهت های این دو مفهوم را در نظر دارند و به هر کدام به عنوان دسته ای از مقررات و توصیه ها و بایدها و نبایدها می نگرند که درنهایت به ایجاد نوعی نظم در رفتار اجتماع خواهد انجامید. در برابر، عده ای، اخلاق را مفهومی بسیار گسترده تر از قانون دانسته اند که در قالب موضوع های قابل سنجش، اندازه گیری و تعقیب قانونی نمی گنجد.

با وجود این، هیچ یک از این دو نظریه نمی تواند به طور کامل و کافی در زمینه اخلاق مطبوعاتی و حفظ و رواج این مفهوم کارآمد باشد. از سوی



---

۱- محمدجواد مغنیه، فلسفه اخلاق در اسلام، تهران، جیحون، ص ۲۰.

دیگر، لذت گرایان(۱) معتقدند لذت، تنها هدف زندگی است و هر رفتاری که لذتبیشتری فراهم کند، اخلاقی تر خواهد بود.

## ۳. نظریه های گوناگون درباره اخلاقی بودن یک عمل

### اشاره

۳. نظریه های گوناگون درباره اخلاقی بودن یک عمل

بر اساس اختلاف در دیدگاه های فلسفی و جهان شناختی، ملاک اخلاقی بودن یک عمل نیز گونه گون خواهد شد که این دیدگاه ها را می توان در سه دسته تقسیم بندی کرد:

### الف) نظریه های غایت گرایانه

الف) نظریه های غایت گرایانه

در این نظریه ها، نتیجه یک عمل، به عنوان معیار مفهوم اخلاق در نظر گرفته می شود. درواقع، این نتیجه عمل است که معیار صحیح یا غلط بودن آن به شمار می رود که این دسته از اصول اخلاقی را اخلاق نتیجه گرا می نامند. درباره اخلاق نتیجه گرا، چندین روایت فلسفی وجود دارد. برای مثال، بر اساس آموزه های سودگرایی، معیار نهایی در تعیین درستی یک عمل این است که آن عمل، سود بیشتری برساند.(۲) از نظر فیلسوفانی، مانند: بنتون و میلز، سودگرایی دربردارنده ارزش هایی مانند دوستی، دانش و سلامت است. مقدار کلی سود به دست آمده در هر کاری نیز معیار اخلاقی بودن آن عمل به شمار می رود.

### ب) نظریه های فرضیه شناختی اخلاقی

ب) نظریه های فرضیه شناختی اخلاقی

بر اساس نظریه های فرضیه شناختی؛ قدرت یا هر چیز دیگری، مانند



---

۱- Hedonist.۱.

۲- محمد رسولی، اخلاق و غرب، آذین، ۱۳۷۵، چ ۱، ص ۱۵۹.

مـذهب، رهبران اخلاقی، کارفرمایان و عقل یا ادراک است که تعیین می کنـد از نظر اخلاقی، چه کاری پسـندیده و چه کاری ناپسـند است، نه نتیجه عمـل. امانوئـل کـانت، فیلسوف آلمانی معتقـد است که این ملاک حتی ممکن است یک اصل مـذهبی باشد، مانند خواست خدا.(۱)

در کتـاب های مقـدس ادیان بزرگ جهان همچون کتاب مقـدس مسـیحیان، تورات یهودیان و قرآن مسـلمانان، بر ارزش های اخلاـقی و معنوی و نیز دسـتورهایی دینی که ملاـک ارزیـابی اصول اخلاقی هسـتند، تأکیـد فراوانی می شود. بر این اساس، در چنین نظریه هایی، معیار اخلاق، زاییده کار بشر نخواهد بود و از سوی منبع دیگری تعیین می شود.

## ج) دیدگاه اسلام

ج) دیدگاه اسلام

یکی از بهترین تعریف ها از اخلاق در دیدگاه اسـلام، تعریفی است که اسـتاد مطهری در این زمینه بیان داشـته است. به عقیده ایشان، علم اخلاق، علم زیستن یا علم به این است که چگونه باید زیست تا زندگی، سراسر ارزشمند و مقدس و متعالی باشد.

در بررسـی این تعریف از دیدگاه اسـلام، به موضوعی به نام «سـعادت» می رسـیم. از یک نگاه، سـعادت به معنای برخورداری انسان از بهترین و بیشترین لـذت هاست. برخی فیلسوفان، خوشـی ها را در لـذت های مادی خلاصه کرده اند. آنان از آنجا که انسان را تنها دارای بُعد مادی و جسمانی می دانند، لذت روحی و معنوی وی را انکار می کنند، درمقابل، اسلام، آدمی



---

۱- جلال مهرآذین، اخلاق کانتی، سروش، ۱۳۷۲، چ ۱، ص ۲۹.

را موجودی تک بعدی و فقط جسمانی نمی بیند، بلکه جان و روان آدمی را نیز همراه همیشگی جسم او می داند. به عقیده اسلام، انسان همان گونه که لذت های خاص جسمانی دارد، روح و بهره ها و خوشی های متناسب با آن را نیز دارد. البته از میان دو بعد جسم و روح، روح، مهم تر و اساسی تر از جسم است. ازاین رو، سعادت از دیدگاه اسلام، به معنای برخورداری هر چه بیشتر از لذت های روحانی و جسمانی است که انسان را در رسیدن به کمال شخصیت حقیقی اش یاری می دهد. بر این اساس، بهره مندی از لذت های مادی و جسمانی ممنوع نیست، ولی نباید مانع رسیدن انسان به مقام شایسته خود و شخصیت حقیقی اش شوند و در غیر این صورت، باید آنها را ترک کرد.

بدون شک، هر انسانی ذاتا کمال جو است. از دیدگاه اسلام، کمال نهایی انسان، تقرب به بالاترین مرتبه وجودی در سلسله مراتب هستی است. همه موجودات، خداوند را به طور ذاتی و غریزی، مبدأ هستی می دانند و در پی رسیدن به مرتبه های نزدیک تری به او هستند. کمال نهایی انسان نیز این است که هر چه بیشتر به آن مبدأ، تقرب وجودی پیدا کند، به این معنا که تا حد امکان، صفات الهی را در درون خویش متجلی سازد.

ص : ۱۴

## فصل دوم: ماهیت، کارکرد و ارکان مطبوعات

### اشاره

فصل دوم: ماهیت، کارکرد و ارکان مطبوعات

در این فصل، با نگاهی گذرا به چیستی پدیده مطبوعات و ارکان تشکیل دهنده آن، به تصویری علمی از این پدیده دست خواهیم یافت تا با استفاده از آن بتوانیم به درک صحیح نسبت میان مطبوعات و اخلاق و به عبارت بهتر، «اخلاق مطبوعات» برسیم.

### ۱. ماهیّت دوگانه مطبوعات

#### اشاره

۱. ماهیّت دوگانه مطبوعات

هر کسی به تجربه می داند که روزنامه، مجله یا هفته نامه و بولتن خبری چیست، ولی این برداشت غیرعلمی، برای درک مفهوم «مطبوعات» کافی نیست. این تصور کلی ذهنی که بشر از هر نوشته ای دارد و آن اینکه در زمان های معین و با یک عنوان همیشگی و ثابت انتشار می یابد، قلمرو مطبوعات را مشخص نمی سازد.

باید دانست نوعی دوگانگی در سرشت مطبوعات وجود دارد؛ با این که محصولی صنعتی است، آفریده ای فکری نیز هست. بنابراین، لازم است شرح و بیان حقیقی این مجموعه با بررسی عمیق این دوگانگی و رسیدن به معنای دقیق آن انجام گیرد.

ص : ۱۵

## مطبوعات به عنوان محصول صنعتی

مطبوعات به عنوان محصول صنعتی

با توجه به اهمیت سرمایه گذاری های منقول و غیرمنقول و مصرف مواد اولیه در این زمینه و تعداد شاغلان و حقوق بگیران این حرفه، مطبوعات را می توان یکی از رشته های صنعتی به شمار آورد که شاخصه های یک پدیده صنعتی از جمله پیروی از سود و سرمایه را دارد. با این حال شرایط بهره برداری و روش های مدیریت در این رشته، آن را به گونه ای آشکار، از دیگر رشته های صنعتی متفاوت می سازد. روزنامه یا مجله با اینکه در شمارگان بالا منتشر می شوند و خوانندگان بسیار نیز دارند، کالایی کم دوام و زوال پذیرند.

سرعت در فروش از دیگر ویژگی های قابل توجه این است؛ چون در غیر این صورت، روزنامه های به فروش نرفته در پایان روز به کاغذهای باطله تبدیل خواهند شد. به همین دلیل گفته می شود مطبوعات، کالایی صنعتی است که نیاز به انبار ندارد. با وجود این، برجسته ترین ویژگی مطبوعات، یکسان نبودن قیمت فروش آنها با ارزش تمام شده شان است. برای نمونه، برخی مجله های هفتگی، تعدادی از صفحه های خود را به منظور درج آگهی، به متقاضیان این امر می فروشند و بقیه صفحه های مجله را به دیگر مطالب اختصاص می دهند. بدین ترتیب، در بیشتر موارد، روزنامه به بهایی کمتر از آنچه صرف مواد اولیه آن شده است، به فروش می رسد که این با اصول عمومی صنعتی هم خوانی ندارد. از سوی دیگر، روزنامه کالایی است که بدون آنکه بهره مادی از آن برده شود، مستهلک می شود و ارزش خود

ص : ۱۶

را از دست می دهد. ازاین رو، آن را کالا نه، بلکه خدمت باید دانست.(۱)

## ۲. کارکردهای مطبوعات۱

### اشاره

۲. کارکردهای مطبوعات(۲)

کارکردهای مطبوعات عبارتند از:

### الف) خبررسانی

الف) خبررسانی

اولین وظیفه روزنامه، فراهم آوردن اخبار، توضیح دادن، تفسیر کردن و قراردادن آنها در اختیار مردم است. با اینکه دامنه خبرهای مطبوعات، نامحدود به نظر می رسد، ولی بسیار محدود است؛ زیرا کنجکاوی عامه مردم که خوانندگان اصلی مطبوعات هستند، به تمام جنبه ها و زوایای زندگی معطوف نیست. افزون بر آن، هنوز در ذهن بسیاری از خوانندگان روزنامه (مهم ترین و پرتیراژترین نوع مطبوعات)، روزنامه نگاری تنها پرداختن به مسائل سطحی، حوادث و ماجراهای هیجان انگیز است.

### ب) توسعه اطلاعات و معلومات و آموزش

ب) توسعه اطلاعات و معلومات و آموزش

در زندگی امروزی که شرایط موجود، روابط فرد و اجتماع را روز به روز پیچیده تر می سازد، این خدمت جلوه بیشتری یافته است. از آنجا که سرعت گسترش علوم بسیار بیشتر از گذشته است، چه بسا پیش از آنکه پژوهشگران و نویسندگان بخواهند مجموعه ای را تألیف کنند، سرعت علوم، نظریه ها و یافته های آنها را درنوردد و مسائل و پدیده های جدیدی ایجاد کند که تنها از طریق نشریه ها و مطبوعات روزانه یا هفتگی و ماهانه می توان به



---

۱- محمد صلح جو، صنعت رسانه، بیداری، ۱۳۷۹، بی جا، چ ۱، ص ۲۹.

۲- پیر آلبر، مطبوعات، ترجمه: فضل اللّه جلوه، تهران، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، ۱۳۶۸، چ ۱، ص ۳۵.

انهـا دست یـافت. بنابراین، در این زمینه، انتظار چنـدانی از مطبوعات عمومی نبایـد داشت و اصولاً این کارکرد برعهـده نشـریه تخصصی است که رشته خاصی را به عنوان زمینه تخصصی کار خویش برمی گزیند.

### ج) تفریح و سرگرمی

ج) تفریح و سرگرمی

براسـاس جدیـدترین آمـار در کشور فرانسه، نود درصـد خواننـدگان مطبوعات، مطالعه روزنامه و دیگر نشـریه های عمومی را فرصتی برای سـرگرمی و استراحت می پندارند.[(۱)] از همین روست که بیشتر این نوع مطبوعات، صـفحه ها و سـتون های ثابت بسیاری را برای انتشار جدول، داستان های دنباله دار، گزارش های هیجان انگیز و چاپ عکس های جالب اختصاص می دهند و تمام تلاش خود را به کار می بندند تا هر چه بیشتر خوانندگان را سرگرم سازند. برای مثال، اگر به تصویرهای چاپ شده در نشریه ها دقت کنیم، متوجه می شویم که بسیاری از آنها ارزش خبری ندارند، بلکه صرفا تصویری زیبا عامه پسندند.

### د) روان درمانی

د) روان درمانی

مطالعه مرتب روزنامه یا مجله به خواننده کمک می کند که بسـیاری از خواسـته هایش را تصـفیه کند و خود را از برخی عقده های ناشی از محرومیت ها برهاند.[(۲)] به همین علت، نظریه پردازان بخش رسانه، با انتشار



---

۱- روبرت ماکیه، مقاله «مطبوعات تفریحی»، ترجمه: کاظم نقیبی، روزنامه آسیا، سال اول، ش ۱۷۱، ص ۱۰.

۲- اسماعیل ندوشن، مقاله «تأثیر روانی مطبوعات»، روزنامه آسیا، سال اول، ش ۱۹۰، ص ۱۰.

مطالب منافی عفت عمومی و ناسازگار با هنجارهای جامعه مخالفت می ورزنـد؛ چون این عمل را در تضاد کامل با هدف مهم مطبوعات در ایجاد آرامش روانی برای افراد جامعه می پندارند.

## ۳. ارکان مطبوعات۱

### اشاره

۳. ارکان مطبوعات(۱)

زیر فصل ها

الف) سیاست ها و ابزار

ب) هیئت تحریریه

ج) تجهیزات فنی و چاپ

### الف) سیاست ها و ابزار

الف) سیاست ها و ابزار

صاحبان یا سرمایه گذاران مطبوعات، به طور آگاهانه، اهداف، رسالت ها و جهت گیری هایی را برای خود تعریف می کنند.

### ب) هیئت تحریریه

ب) هیئت تحریریه

در این بخش، نویسـندگان، طراحـان، عکاسان، نمونه خوان ها و ویراسـتاران فعالیت دارنـد. اینان بازوان اجرایی یک نشـریه را تشکیل می دهند و تهیه محتوای مورد نظر صاحبان و سرمایه گذاران به عهده این گروه است. آنان معمولاً یا به شکل حرفه ای به استخدام مؤسسه هـای مطبوعـاتی درمی آینـد یا در قالب قراردادهای کوتاه مـدت، در برابر مطالب تهیه شـده، حق التحریر دریافت می کنند.

### ج) تجهیزات فنی و چاپ

ج) تجهیزات فنی و چاپ

بخش مـادی این پدیـده عبـارت است از: کاغـذ، دسـتگاه چـاپ، رایانه ها و ابزار طراحی. امروزه با پیشـرفت تکنولوژی در این زمینه، چاپ های سـربی یا اُفسِت، جای خود را به دسـتگاه های چاپِ رایانه ای با قابلیت چاپ عالی و شمارگان بسیار بالا داده اند.

-١

## فصل سوم: اخلاق مطبوعات در اسلام

### اشاره

فصل سوم: اخلاق مطبوعات در اسلام

زیر فصل ها



### ۱. اخلاق خبر در قرآن کریم۱

#### اشاره

۱. اخلاق خبر در قرآن کریم(۳)

از نگـاه معـارف اسـلامی، تمام ذرات هستی نشانه خداونـد تعالی هسـتند و از او خبر می دهنـد. آن گاه که حضـرت حق اراده فرمود انسـان را هـدایت و از رمز و راز و هـدف هستی آگـاه سـازد، انبیـای گرامی را برگزیـد و در قالب بهترین مجموعه های خبری و اطلاع رسانی، به این نیت جامه عمل پوشانید. در واقع، کتاب آسمانی قرآن کریم یک مجموعه خبری است که منبع و سرچشمه متون ارزشمند آن، خداوند باری تعالی ـ مورد اعتمادترین منابع ـ و خبرنگار شایسته و پرارج، آن پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله ـ پاک ترین و بهترین مخلوقات ـ است. به عبارت دیگر، می توان گفت اولین شغل آدم،



---

۱-

۲-

۳- این قسـمت خلاصه ای از مقاله زیر است: محمد فتحعلی، اخلاق خبررسانی قرآن، رویکرد اخلاقی در رسانه ها، چ اول، ج ۱، صص ۲۳ ـ ۲۵.

«خبررسانی» بوده است.(۱)

در این فصل می کوشیم با بهره گیری از آیه های قرآنی و بررسی مصداق های ارزش های مورد عنایت در قرآن، به برخی از مهم ترین ارزش های خبری در قرآن کریم اشاره کنیم:

## الف) آزرم و حیا

الف) آزرم و حیا

قرآن کریم در موارد بسیاری، از رویدادهای مختلف و احوال امت های گوناگون خبر می دهد، ولی شیوه گزارشی و توصیفی اش همواره در نهایت آزرم و حیا است.

درباره کفر، عصیان، دزدی، ربا، تجاوز و نظیر آنها و سرنوشت کسانی که به چنین رفتارهایی دست زده اند یا می زنند، آیه های فراوانی در قرآن کریم وجود دارد. در این میان، نکته بسیار مهم این است که شیوه قرآن در بیان این موضوع ها، تشریح این مسائل نیست؛ زیرا بیان جزئیات، از قُبح عمل می کاهد و زمینه وسوسه و اشاعه آن را گسترش می دهد. همچنین درباره فرجام کسانی که مرتکب چنین کارهایی می شوند، بسیار هشدار می دهد و با بیان نمونه هایی، شدت گرفتاری و رنج آنها را به تصویر می کشد. قرآن با این روش، به هدف خویش که هدایت و ارشاد و عبرت آموزی بندگان از سرگذشت دیگران است، به بهترین شکل دست می یابد.

متأسفانه رفتار برخی جراید که از دستورالعمل عرفی شایع در میان مطبوعات که «خبر بد، خبر خوب است»، پیروی می کنند، با این دستور قرآن



---

۱- در داستان خلقت حضرت آدم علیه السلام در قرآن کریم، نخستین وظیفه ای که خداوند برعهده ایشان گذارده، خبر رساندن از اسمای الهی است: «قالَ یا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمائِهِمْ فَلَمّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمائِهِمْ».

در آگاه سازی آدمی کاملاً مغایر است. در این حالت، خواننـده از طریق اطلاعاتی که درباره یک حادثه مجرمانه در اختیارش قرار می گیرد، به سادگی می توانـد صـحنه اتفـاق را تصور کنـد، ولی از سـرنوشت مجرمـان، اطلاعات چنـدانی به دست نمی آورد.

بینش قرآنی در زمینه اخبـار و اطلاعات، پنـددهی و عبرت آموزی است. قرآن کریم در آیات بسـیاری به این نکته اشاره کرده است: «إِنَّ فی ذلِکَ لَعِبْرَةً لِأُولِی ٱلْأَبْصارِ؛ همانا در این [ماجرا ]برای صاحبان بینش، عبرتی است.» (آل عمران: ۱۳) یا «لَقَدْ کانَ فی قَصَصِهِمْ عِبْرَةٌ لِأُولِی ٱلْأَلْبابِ؛ به راستی، در سرگذشت آنان، برای خردمندان، عبرتی است.» (یوسف: ۱۱۱) و «إِنَّ فی ذلِکَ لَعِبْرَةً لِمَنْ یَخْشی؛ درحقیقت، برای هر کس که [از خدا ]بترسد، در این ماجرا عبرتی است.» (توبه: ۶)

این نکته نیز شایان توجه است که یکی از راه های ترویـج فحشا و کارهای ضـداخلاقی، ذکر مصداق های عینی آن در جامعه، یـا به عبـارتی، آشـکار ساختن این مطالب است، به ویژه اگر این افشاگری درباره افراد مؤمنی باشـد که به دلیل طبیعت انسانی، گاهی دچار خطا می شوند. قرآن کریم به کسانی که به چنین افشاگری هایی دست می زنند، عذابی دردناک وعده می دهد:

إِنَّ الَّذینَ یُحِبُّونَ أَنْ تَشیعَ الْفاحِشَهُ فِی الَّذینَ آمَنُوا لَهُمْ عَذابٌ أَلیمٌ. (نور: ۱۹)

آنها که دوست دارند فحشا در میان مؤمنان رایج شود، عذاب دردناکی خواهند داشت.

لا یُحِبُّ اللّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلاّ مَنْ ظُلِمَ وَ کانَ اللّهُ سَمیعًا بصیرا. (نساء: ۱۴۸)

خداوند بانگ برداشتن به بدزبانی را دوست ندارد، مگر [از] کسی که بر او ستم رفته

باشد و خدا شنوایِ داناست.

## ب) ادب

ب) ادب

روح زیباپسند بشر، مجذوب زیبایی ادب است و هر عقل سلیم، حُسن آن را درک می کند. رمز رعایت ادب در تمامی آیه های قرآن نیز همین است؛ زیرا نوشته مدوّن و حساب شده ای که می خواهد افراد بشر را هدایت کند، شایسته نیست دچار کوچک ترین خطا و لغزشی شود. خداوند متعال حتی آن هنگام که از بزرگ ترین دشمنان خود ـ شیطان و فرعون ـ نام می برد، نهایت ادب را رعایت کرده و هیچ کلامی که بر بی ادبی و دشنام دلالت دهد، در سرزنش آنها به کار نبرده است: «وَ إِنَّ فِرْعَوْنَ لَعالٍ فِی ٱلْأَرْضِ وَ إِنَّهُ لَمِنَ الْمُسْرِفینَ؛ همانا فرعون در زمین، برتری جو و اسراف کننده است.» (یونس: ۸۳)

بر این اساس، خدای تعالی به مسلمانان دستور می دهد که با یکدیگر نیز به نیکویی سخن بگویند: «وَ قُولُوا لِلنّاسِ حُسْنًا؛ و با مردم [به زبان ]خوش سخن گویید.» (بقره: ۸۳) یا:

وَ قُلْ لِعِبادی یَقُولُوا الَّتی هِیَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّیْطانَ یَنْزَغُ بَیْنَهُمْ إِنَّ الشَّیْطانَ کانَ لِلْإِنْسانِ عَدُوًّا مُبینًا. (اسراء: ۵۳)

به بندگان من بگو آنچه [یا آن چنان که] بهتر و نیکوتر است، سخن گویند. همانا شیطان میان آنها نزاع و دشمنی می افکند و دشمن آشکار انسان است.

در قرآن به اندازه ای بر ادب تأکید شده است که حتی انسان را از توهین و بی ادبی به مشرکان نهی می کند:

وَ لا تَسُبُّوا الَّذینَ یَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللّهِ فَیَسُبُّوا اللّهَ عَدْوًا بِغَیْرِ عِلْمٍ. (انعام: ۱۰۸)

و آنهایی را که جز به خدای می خوانند، دشنام مدهید که آنان از روی دشمنی [و]

نادانی، خدا را دشنام می دهند.

این آیه یکی از آداب دینی را که سبب حفظ کرامت مقدسات در جامعه اسلامی خواهد شد، به روشنی تعلیم می دهد. قرآن به پیروان دین اسلام چنین می آموزد که اگر خواهان حفظ کرامت خود و مقدسات خویش هستید، نباید مقدسات دیگران را بی ارزش جلوه دهید. علامه طباطبایی، در تفسیر این آیه می نویسد: «هر گفته ناشایستی که سبب اهانت به مقدسات شود، از دید قرآن، حرام و ممنوع است».(۱)

در دیگر آیه های قرآن نیز به مؤمنان سفارش شده است که در پاسخ جاهلان و بی ادبی آنها، با روشی مؤدبانه پاسخ گویند و از کنار رفتار و گفتار بیهوده و یاوه آنان با بخشش و بزرگواری بگذرند:

وَ عِبادُ الرَّحْمنِ الَّذینَ یَمْشُونَ عَلَی الْأَرْضِ هَوْنًا وَ إِذا خاطَبَهُمُ الْجاهِلُونَ قالُوا سَلامًا. (فرقان: ۶۳)

و بندگان خدای رحمان کسانی اند که روی زمین با نرمی گام برمی دارند و چون نادانان، ایشان را خطاب کنند، به ملایمت پاسخ دهند.

در جایی آمده است: «إِذا مَرُّوا بِاللَّغْوِ مَرُّوا کِرامًا؛ و چون بر لغو بگذرند، با بزرگواری می گذرند.» (فرقان: ۷۲)

با دقت در چنین رهنمودهایی، رسانه های خبری و مطبوعات که پیام آوران آگاهی و ارشاد و هدایتند، باید با فراگیری این آموزه های قرآنی و عمل به آن، ادب را سرلوحه رفتار خویش در اطلاع رسانی قرار دهند.



---

۱- علامه سید محمدحسین طباطبایی، تفسیر المیزان، تهران، نشر اسلامیه، بی تا، ج ۱۷، ص ۳۱۴.

## ج) برادری و تألیف قلوب

ج) برادری و تألیف قلوب

از مهم ترین ویژگی های اخبار قرآنی، ایجاد روحیه برادری و اتفاق و اتحاد است که بی شک، بقای هر جامعه نیز تنها در گرو همکاری و همیاری صمیمانه خواهد بود. خداوند یکتا در قرآن از مسلمانان می خواهد که برای حفظ برادری و اساس امت اسلامی، به ریسمان الهی تمسک جویند و از تفرقه و اختلاف و هر آنچه سبب ایجاد تفرقه می شود، خودداری کنند: «وَ اعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللّهِ جَمیعًا وَ لا تَفَرَّقُوا؛ و همگی به ریسمان الهی چنگ زنید و پراکنده نشوید.» (آل عمران: ۱۰۳) نکته مهم و جالب توجه آن است که در قرآن، حتی از غیرمسلمانان نیز خواسته شده است با وحدت کلمه، همراه مسلمانان در پی سعادت بشر باشند:

قُلْ یا أَهْلَ الْکِتابِ تَعالَوْا إِلی کَلِمَهٍ سَواءٍ بَیْنَنا وَ بَیْنَکُمْ أَلّا نَعْبُدَ إِلَّا اللّهَ. (آل عمران: ۶۴)

بگو: ای اهل کتاب، بر سخنی که میان ما و شما یکسان است، بایستیم و جز خدا را نپرستیم.

همچنین هرگونه اختلاف را که به تفرقه و جدایی بین مردم بیانجامد، ناپسند می داند و انسان ها را از آن نهی می کند:

وَ لا تَنازَعُوا فَتَفْشَلُوا وَ تَذْهَبَ ریحُکُمْ وَ اصْبِرُوا إِنَّ اللّهَ مَعَ الصّابِرینَ. (انفال: ۴۶)

با هم نزاع نکنید؛ که سست شوید و مهابت شما از بین می رود و صبر کنید؛ که خدا با صابران است.

به این ترتیب، از قرآن می آموزیم که اگر صبر در وجود افراد جامعه نهادینه شود و صاحبان مطبوعات و رسانه ها صرفا به دلیل اختلاف سلیقه و

منـافع شخصـی، به درگیری نپردازنـد، رهبران هر گروهی، با برادری و آرامش، مسائل را میان خود حل خواهنـد کرد و نیرو و توان جامعه بر سـر این اختلاف ها از دست نخواهـد رفت. در غیر این صورت، معلوم نیست چه میزان از بیت المال و سـرمایه و وقت مردم برای این اختلاف ها هزینه خواهد شد. بنابراین، صاحبان قلم باید روحیه برادری و اتفاق را در جامعه گسترش دهند تـا خطاب این آیه قرآنی قرار نگیرنـد: «یا أَیُّهَا الَّذینَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ ما لا تَفْعَلُونَ؛ ای ایمان آورنـدگان! چرا چیزی می گویید که انجام نمی دهید.» (صف: ۲)

## د) حق جویی و حق گویی

د) حق جویی و حق گویی

برپایی و اظهار حق، از برجسـته ترین ویژگی های مثبت بشـری است که در برخی آیه های قرآن کریم به آن اشاره شده است. همچنین خداونـد، راست گـویی و امـانت داری را سـتوده و همه را به راست گویی و امـانت داری دعوت کرده است: «یـا أَیُّهَا الَّذینَ آمَنُوا اتَّقُوا اللّهَ وَ کُونُوا مَعَ الصّادِقینَ؛ ای مؤمنان تقوا پیشه کنید و با راست گویان باشید.» (مائده: ۲۷)

از سوی دیگر، قرآن کریم، کسانی را که به پنهان کردن حق و جا زدن باطل در لباس حق یا باطل نشان دادن حق دست زننـد، نکوهش می کند:

وَ لا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْباطِلِ وَ تَکْتُمُوا الْحَقَّ وَ أَنْتُمْ تَعْلَمُونَ. (بقره: ۴۲)

و حق را به باطل درنیامیزید و حقیقت را ــ با آنکه خود می دانید ــ پنهان نکنید.

نکته قابل تأمل این است که در متن قرآن کریم نیز در چند مورد، «توریه» (پنهان کردن حق یا نشان دادن آن به شـکلی دیگر) صورت گرفته و قرآن مجیـد دربـاره این پرسـش که آیـا هر حقی و هر نکته دربردارنـده حقیـقتی بایـد در هر موقعیـتی گفته و منتشر شود یا خیر، موضع گیری کرده است.

مورد اول در ماجرای بت شکنی حضرت ابراهیم صلی الله علیه و آله است.(۱) وی پس از شکستن بت ها، تبر را بر دوش بت بزرگ آویخت و در پاسخ این پرسش بت پرستان که چه کسی بت ها را شکسته است، فرمود که بت بزرگ این کار را انجام داده است. مورد دیگر، ماجرای حضرت یوسف علیه السلام است. آن حضرت برای آنکه کاری کند تا برادرانش شرمنده یا مرتکب اشتباه دیگری نشوند و حضرت یعقوب علیه السلام را به مصر آورند، دستور داد پیمانه مواد غذایی را در ظرف آذوقه آنها پنهان کنند و با صحنه سازی، آنها را به دزدی متهم سازند.(۲)

به این ترتیب، گاهی به حکم ثانوی، پنهان داشتن حق جایز شمرده می شود. مطبوعات که در کنار اطلاع رسانی، وظیفه حفظ مصالح جامعه را نیز برعهده دارند، باید به این رویه بیشتر توجه کنند و در شرایط ویژه و حساس که بازگویی حقیقت، فسادی را در جامعه در پی می آورد، از افشای آن بپرهیزند.

ه ) یقینی بودن خبر

یقینی بودن از جمله ویژگی هایی است که در خبررسانی قرآن مجید کاملاً جلوه گر است. خدا، انسان را از پیروی امور غیریقینی باز می دارد و او را در برابر آنچه می گوید و می شنود، مسئول می سازد:

وَ لا تَقْفُ ما لَیسَ لَکَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَ الْبَصَرَ وَ الْفُؤادَ کُلُّ أُولئِکَ کانَ عَنْهُ مَسْؤُلاً. (الاسراء: ۳۶)ر

ص: ۲۷

---

۱- نک: انبیاء: ۶۳ .

۲- یوسف: ۷۰ _ ۸۰ .

از آنچه به آن علم نداری، پیروی مکن. به راستی که گوش و چشم و قلب ها در برابر آن مسئولند.

روش قرآن در بیان آموزه های الهی، روش مستدل و منطقی است؛ هم خود برای سخنانش برهان اقامه می کند و هم دیگران را به آن فرا می خواند. خداوند، قرآن را نور و روشنگر توصیف کرده است: «قَدْ جاءَكُمْ بُرْهانٌ مِنْ رَبِّكُمْ وَ أَنْزَلْنا إِلَيْكُمْ نُورًا مُبِينًا؛ برای شما از جانب پروردگارتان، برهانی آمده است و ما به سوی شما نوری تابناک فرستادیم.» (نساء: ۱۷۴) روش قرآن در مقام نقد اندیشه ها، روش استدلالی و یقینی است و در بحث و جدل با مخالفان، همیشه برهان و استدلال طلب می کند: «قُلْ هاتُوا بُرْهانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صادِقِينَ؛ بگو اگر راست می گویید دلیل خود را بیاورید.» (بقره: ۱۱۱) همچنین برای اخبار و اطلاعاتی که از روی حدس و ظن باشند، ارزشی قائل نیست:

وَ إِنْ تُطِعْ أَكْثَرَ مَنْ فِي الْأَرْضِ يُضِلُّوكَ عَنْ سَبِيلِ اللّهِ إِنْ يَتَّبِعُونَ إِلاَّ الظَّنَّ وَ إِنْ هُمْ إِلاّ يَخْرُصُونَ. (انعام: ۱۱۶)

اگر از بیشتر کسانی که در زمین هستند پیروی کنی، تو را از راه خدا گمراه می کنند، آنان جز از گمان پیروی نمی کنند و جز به حدس و تخمین نمی پردازند.

... وَ ما يَتَّبِعُ أَكْثَرُهُمْ إِلاّ ظَنًّا إِنَّ الظَّنَّ لا يُغْنِي مِنَ الْحَقِّ ... .(یونس: ۳۶)

بیشترشان جز از گمان پیروی نمی کنند، [ولی] همانا گمان به هیچ وجه [آدمی را ]از حقیقت بی نیاز نمی سازد.

اینجاست که مسئله انصاف و عدل در مقام نقد و نقل در قرآن نمود پیدا می کند؛ زیرا روش قرآن در مقام نقل، نقد و استدلال، شیوه انصاف و عدالت است. برای اثبات این ادعا، به برخورد قرآن با مسئله شراب و قمار اشاره می کنیم. قرآن در پاسخ به حکم این دو مسئله، بسیار منصفانه و دقیق

می فرماید که شراب و قمار منافعی دارند و ضررهایی، ولی ضررهایشان بسیار بیشتر از سود آنهاست. پس به حکم عقل باید ترک شوند: به این ترتیب ملاحظه می شود قرآن حتی آنجا که قصد بیان حکم حرمت چیزی را دارد، از اصل انصاف پیروی می کند. در اینجا هم ابتدا به شرح و بررسی برخی فایده های احتمالی و پزشکی شراب می پردازد. سپس با حربه استدلال، زیان های آن را بیش از سودمندی هایش عنوان می کند و حکم به ترک آن می دهد. همچنین در مسئله پیروی کافران از دین پیشینیان خود، در جواب این توجیه آنان که ما از پدران خود پیروی می کنیم، با استدلال محکمی پاسخ می دهد آیا اگر پدرانتان نادان بودند، باز هم پیروی می کردید. پس با این برهان که پیروی از نادان در نظر هر انسانی، خطاست، ایشان را به نادرستی عمل خود محکوم می کند.

مطبوعات نیز باید در انجام وظیفه خبررسانی، به این ویژگی قرآنی توجه داشته باشد و نکوشند از انتشار اخباری که درستی و صحّت آنها قطعی نیست، پرهیز کنند. در این راستا، توجه نکردن به شایعه ها و اخبار دروغ از وظایف اصل رسانه ها به ویژه مطبوعات است.

### و) ایجاد آرامش و پرهیز از آشوب طلبی

#### اشاره

و) ایجاد آرامش و پرهیز از آشوب طلبی

آرامش روحی ـ روانی، اطمینان و ثبات قلبی و امید به آینده، تا حد بسیار زیادی ضامن بقا و پیشرفت یک جامعه است. همان گونه که انسان ناآرام و مضطرب، ممکن است بر اثر نداشتن تعادل روحی، به رفتارهای ناشایست

دست بزند، جامعه پرتلاطم و سراسر تشویش نیز به بحران خواهد رسید. ازاین رو، یکی از جهت گیری های کلی اخبار قرآنی، ایجاد آرامش و اطمینان در قلب افراد و در نتیجه، کل جامعه است. با دقت در آیه های قرآن می توان دریافت که خداوند از سه روش برای دست یابی به این هدف در قرآن کریم بهره می برد:

### یک _ پاسخ گویی به گفتار نادرست با گفتار نیکو

یک _ پاسخ گویی به گفتار نادرست با گفتار نیکو

منش و راه حل پیشنهادی قرآن در بحث ها و مشاجره هایی که میان دو طرف درمی گیرد، آن است که باید صبر پیشه کرد و با گفتاری پاک و به دور از طعن و سرزنش و در عین حال محکم و مستدل در برابر گفتار زشت و نادرست ایستاد و پاسخ گفت:

ادْفَعْ بِالَّتی هِیَ أَحْسَنُ السَّیِّئَهَ نَحْنُ أَعْلَمُ بِما یَصِفُونَ وَ قُلْ رَبِّ أَعُوذُ بِکَ مِنْ هَمَزاتِ الشَّیاطینِ. (مؤمنون: ۹۶ و ۹۷)

بدی را به شیوه ای نیکو دفع کن. ما به آنچه وصف می کنیم، داناتریم و بگو پروردگارا، از وسوسه های شیطان ها به تو پناه می برم.

اهمیت این نکته چنان است که خداوند می فرماید:

أُولئِکَ یُؤْتَوْنَ أَجْرَهُمْ مَرَّتَیْنِ بِما صَبَرُوا وَ یَدْرَؤُنَ بِالْحَسَنَهِ السَّیِّئَهَ... .(قصص: ۵۴)

آنانند که به پاس آنکه صبر کردند و برای آنکه بدی را با نیکی دفع می کنند، و... دوبار پاداش داده می شوند.

### دو _ یاد خدا و امید و توکل به او

دو _ یاد خدا و امید و توکل به او

از دیگر سفارش های قرآن به انسان ها برای ایجاد آرامش و اطمینان در جامعه، یاد کردن خداوند و امید بستن به اوست. ازاین رو، آنها را از هر چیزی از جمله هر خبر و گزارشی که سبب نومیدی از خداوند شود، به

شـدت نهی می کنـد. خداونـد در قرآن کریم، کسـانی را که می کوشـند بـا شـایعه سـازی و دروغ پراکنی و دیگر شـیوه هـای ناپسند، مردم را نگران و ناامید کنند و از مسیر حق باز دارند، نکوهش می کند و می فرماید:

وَ لا تَقْعُدُوا بِکُلِّ صِراطٍ تُوعِدُونَ وَ تَصُدُّونَ عَنْ سَبیلِ اللّهِ مَنْ آمَنَ بِهِ وَ تَبْغُونَها عِوَجًا. (اعراف: ۸۶)

و بر سر راهی منشـینید کـه [مردم را] بترسانیـد و کسـی را کـه به خـدا ایمـان آورده انـد، از راه خـدا بازداریـد و راه او را کج بخواهید.

یا در جای دیگر می فرماید:

لَئِنْ لَمْ یَنْتَهِ الْمُنـافِقُونَ وَ الَّذینَ فی قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ وَ الْمُرْجِفُونَ فِی الْمَـدینَهِ لَنُغْرِیَنَّکَ بِهِمْ ثُمَّ لا ـ یُجاوِرُونَکَ فیها إِلّا قَلیلًا. (احزاب: ۶۰)

اگر منافقـان و کسـانی که در قلب هاشـان مرضـی هست و نیز شـایعه افکنـان در مـدینه [از کارشان] باز نایسـتند، تو را بر آنان سخت مسلط خواهیم کرد تا جز [مدتی] اندک در همسایگی تو نپایند.

### سه ـ یادآوری نعمت ها و شرایط خوب و متعادل

سه ـ یادآوری نعمت ها و شرایط خوب و متعادل

امروزه روان شناسـی ثابت کرده است که نگرش مثبت به زندگی و شـرایط موجود در پیرامون آن، سـبب آرامش خاطر و امید خواهـد شـد. یکی از راه هـای رسـیدن به این نوع نگاه، از یاد نبردن توانایی ها، امکانات و موقعیت هایی است که در زنـدگی فرد برای رشـد و تعـالی او فراهم است. خداونـد در این باره در قرآن می فرمایـد: «فَاذْکُرُوا آلاءَ اللّهِ لَعَلَّکُمْ تُفْلِحُونَ؛ پس نعمت های خدا را به یاد آورید. باشد که رستگار شوید.»(اعراف: ۶۹) و نیز «وَ امّا بِنِعْمَهِ رَبِّکَ فَحَدِّثْ؛ و از نعمت پروردگار خویش با مردم سخن گوی.» (ضُحی: ۱۱) و این گونه است که جامعه با یادآوری نعمت هایی که در هر برهه از زندگی

خویش از آنها بهره مند بوده است، می تواند آرامش، نشاط و روحیه ای بالا برای حرکت و پیش رفتن به سوی آرمان هایش بیابد.

## ز) حفظ حدود الهی در خبررسانی

ز) حفظ حدود الهی در خبررسانی

کلمه «حد» به معنای مانع و فصل و پرده میان دو چیز است که اجازه اختلاط یکی را با دیگری نمی دهد. حفظ حدود و قوانین انسان ساز باری تعالی نیز از ارزش های فرهنگی است که باید در مطبوعات کشور جاری شود. در تمام ارکان جامعه اسلامی همه چیز باید در مرز خویش و حدود تعیین شده قرار گیرد و هیچ کس حق تجاوز از آنها را ندارد. خداوند در قرآن می فرماید:

تِلْکَ حُدُودُ اللّهِ فَلا تَعْتَدُوها وَ مَنْ یَتَعَدَّ حُدُودَ اللّهِ فَأُولئِکَ هُمُ الظّالِمُونَ. (بقره: ۲۲۹)

این ها حدود الهی است. از آنها تجاوز نکنید. کسانی که به حدود خدا تجاوز کنند، ستم کار هستند.

در جای دیگری نیز می فرماید: «تِلْکَ حُدُودُ اللّهِ فَلا تَقْرَبُوها؛ این است حدود خدا، مبادا به آنها نزدیک شوید.» (بقره: ۱۸۷) بر این اساس، باید این مرزها را در هر کاری و در هر زمینه و عرصه ای از جمله مطبوعات شناخت و از آنها فاصله گرفت. بنا بر آموزه های قرآن، باید از امور غیراخلاقی مانند تهمت بستن به دیگران، افترا، تمسخر دیگران و نظیر اینها دوری کرد، خواه این عمل به طور مستقیم و با زبان صورت بگیرد، خواه غیرمستقیم و با ابزار مطبوعات و نشریه ها.

## ۲. اخلاق خبری در نهج البلاغه۱

### اشاره

۲. اخلاق خبری در نهج البلاغه(۱)

بی گمان، فرآیند ارتباطات خبری در زمان امام علی علیه السلام با آنچه امروزه به شکلی بسیار پیچیده وجود دارد، کاملاً متفاوت بود. با این حال، از سیره آن حضرت اصول فراوانی را می توان استخراج کرد که با بررسی آنها، چه بسا بتوان نسخه هایی کارآمد برای حل مشکلات عملی عصر ارتباطات تجویز کرد.

گفتنی است که پژوهش در دیدگاه های امام علی علیه السلام در حوزه خبر و رسانه، دارای دو منبع است: نخست، سیره گفتاری و دوم، سیره رفتاری ایشان. در بخش اول، منبع تحقیق، سخنانی است که از امیرمؤمنان علی علیه السلام برای ما به یادگار مانده است و به گونه ای صریح یا ضمنی با مقوله خبر و رسانه و ارزش های حاکم بر آن پیوند دارد. در بخش دوم، باید با توجه به عملکرد امام، برخی از دیدگاه های نظری آن حضرت را استنباط کرد. با وجود این، به دلیل گستردگی منبع دوم، تکیه نوشتار حاضر، بر منبع نخست قرار گرفته است.

### الف) حق مداری

الف) حق مداری

با نگاهی گذرا به نهج البلاغه، میراث ارزشمند امام علی علیه السلام، درمی یابیم که در تمام جنبه ها و مراحل فعالیت های مطبوعاتی، «اصالت حق» یا «حق مداری»، محور اصلی آموزه هایی است که از سیره امیرالمؤمنین علی



---

۱- این قسمت خلاصه ای از مقاله زیر است: محمد سعیدی، مهر یا حق مداری در عرصه مطبوعات از دیدگاه امام علیع، رویکرد اخلاقی در رسانه ها، ج ۱، صص ۸۶ _ ۵۳.

علیه السلام به دست می آید.

جهان، صحنه حضور حق و باطل است و حق مدار، کسی است که حق را می جوید و پس از یافتن آن، کردار خویش را بر آن اساس، هماهنگ و همراه می سازد. امام علی علیه السلام در سخنانی گهربار، از این واقعیت اساسی پرده برمی دارد:

از دیرباز، حق و باطل در پیکارند و هر یک را گروهی خریدار. اگر باطل، پیروز شود، شیوه دیرین اوست و اگر حق، اندک است، قدرت قرین اوست.(۱)

حق را بشناس و به آن رفتار کن تا آنکه خداوند سبحان، تو را رستگار کند.(۲)

راست ترین سخن آن است که به حق باشد.(۳)

حق گرایی در مرحله تهیه خبر نیز اهمیّت خاصی دارد. چه بسا اطلاعاتی که بر اساس گزارش های شفاهی و منابع غیرموثق تهیه می شود، با آنچه در واقعیت رخ داده، متفاوت است.

أمّا اِنَّهُ لَیسَ بَیْنَ الْحَقِّ وَ الْباطِلِ إلاّ اَرْبَعَ أصابعَ، الْباطِلُ اَنْ تَقُولُ سَمِعْتُ وَ الْحَقُّ أنْ تَقُولَ رَأَیْتُ.(۴)

بدانید میان حق و باطل جز چهار انگشت نیست. (از حضرت پرسیدند: معنای این تعبیر چیست؟ انگشتان خود را فراهم آورد و برداشت و میان گوش و دیده گذارد. پس گفت:) باطل آن است که بگویی، شنیدم و حق آن است که بگویی، دیدم.



---

۱- نهج البلاغه، خطبه ۱۶.

۲- فهرست موضوعی غرر الحکم، ج ۲، ص ۶۱۶ .

۳- همان، ص ۴۰۱.

۴- نهج البلاغه، خطبه ۱۴۱.

شاید بگویید معیار یاد شده، بسیار کلی و تشخیص مصداق های آن، کاملاً دشوار است. در پاسخ باید گفت با استناد به احادیثی که از امیرالمؤمنین علی علیه السلام به ما رسیده است، درمی یابیم که هرچند حق و باطل همواره در کنار هم هستند، هیچ گاه در هم نمی آمیزند:

«لا یَجْتَمِعُ الْباطِلُ وَ الْحَقُّ؛ باطل و حق [هیچ گاه] با یکدیگر اجتماع نمی کنند».(۱)

همه ما بر این باوریم که نیت حقیقی و خالصانه انسان، برای رسیدن او به حق، نقش مهمی ایفا می کند. امام علی علیه السلام نیز در یکی از سخنان خود، وعده قطعی وصال حق را به طالبان حقیقی آن داده است:

مَنْ کانَ مَقْصُدُهُ الْحَقَّ أدْرَکَهُ وَ لَوْ کانَ کَثِیرَ اللَّبْسِ.(۲)

آن که (حقیقتا) به دنبال حق باشد، آن را خواهد یافت، هر چند با باطل بسیار آمیخته باشد.

## ب) منبع خبر و اعتبار آن

ب) منبع خبر و اعتبار آن

امیرالمؤمنین علی علیه السلام در فرازهای گوناگونی از سخنان خویش، به لزوم توجه به منبع خبر و پرهیز از نشر اخبار و مطالب ناموثق اشاره می کند. گاه به کسانی که از سر جهالت، امور ناشایستی را به اهل بیت علیهم السلام نسبت می دادند، نهیب می زند و آنان را از این کار باز می دارد: «فَلاَ تَقُولُوا بِما لاَ تَعْرِفُونَ؛ پس، آنچه را به آن علم ندارید، بر زبان نیاورید».(۳) به فرزندش امام حسن علیه السلام در



---

۱- فهرست موضوعی غرر الحکم، ج ۶، ص ۳۷۲.

۲- همان، ج ۵، ص ۴۲۳.

۳- نهج البلاغه، خطبه ۸۶.

وصیت نامه خویش نیز او را به پرهیز از ذکر اموری که به درستی آن اطمینان ندارد، سفارش می کند: «لا تَقُلْ ما لا تَعْلَمُ وِ إنْ قَلَّ ما تَعلَمُ؛ و مگوی آنچه را نمی دانی، هر چند اندک باشد آنچه می دانی».(۱) امام علی علیه السلام در بخشی از سخنان خود، آشکارا بر لزوم موثق بودن منبع خبر تأکید می ورزد: «لا تَخْبِرَنَّ إلاّ عَنْ ثِقَهٍ فَتَكُونَ كَذّابا؛ خبری را نقل مکن، مگر از شخص موثقی؛ چون در غیر این صورت، به دروغ گویی بسیار دچار خواهی شد».(۲)

واژه «کذاب» نزد اهل زبان، به صیغه مبالغه است و از به کار رفتن این صیغه در کلام امام، به نکته بدیعی پی می بریم و آن اینکه کسی که خود را به نقل خبر از منبع موثق مقید نکند و هر گفته و شنیده ای را گزارش کند، به ناچار در بسیاری موارد به آفت دروغ گویی دچار خواهد شد.

نکته دیگری که اهمیت فراوانی دارد، لزوم توجه و تلاش مسئولان تهیه خبر و گزارش رسانه های گروهی به بررسی جنبه های گوناگون یک خبر، به منظور رسیدن به دریافتی دقیق و واقع بینانه است. چنان که امام علی علیه السلام در یکی از خطبه های خود، ابتدا اصناف چهار گانه راویان خبر را برمی شمرد. سپس با لحنی عتاب آلود، از کاهلی و سستی برخی اصحاب پیامبر گلایه می کند؛ زیرا خود آنان در امر پرسش و استفهام از رسول اکرم صلی الله علیه و آله کوتاهی می ورزند و انتظار می کشند تا یکی از بادیه نشینان بیاید و از پیامبر چیزی بپرسد و آنها از پاسخ آن استفاده کنند. امام پس از نکوهش گروه



---

۱- همان، نامه ۳۱.

۲- فهرست موضوعی غررالحکم، ج ۶، ص ۳۴۲.

کاهلان در کسب اطلاع از منبع ثقه، منش خود را توصیف می فرماید:

... تا آنجا که دوست داشتند عربی بیابانی که از راه رسیده است، از او چیزی پرسد و آنان بشنوند. از این گونه چیزی بر من نگذشت، جز آنکه معنی آن را از او (پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله) پرسیدم و به خاطر سپردم.(۱)

از این کلام امام، دو نکته استفاده می شود؛ نخست اینکه در جایی که امکان پرسش از رسول اکرم صلی الله علیه و آله وجود داشته است، امام هیچ گاه از این کار خودداری نکرده است. دیگر آنکه امام پس از شنیدن و درک مطلبی از محضر پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله، آن را با دقت حفظ می کرد تا تغییری در آن رخ ندهد. ازاین رو، این دو عمل حساس را باید به عنوان برجسته ترین وظیفه خبرنگاران مطبوعات و رسانه ها در کسب خبر صحیح از منبع معتبر و حفظ آن، در نظر داشت.

### ج) کیفیت گرایی

ج) کیفیت گرایی

امروزه در پی سیطره باور حجم، مقدار و کمیت بر افکار و بسیاری شئون زندگی بشری، شماری از رسانه های عمومی و مطبوعات به وادی مصرف زدگی کشیده شده اند. به این ترتیب، انتشار هر چه بیشتر خبر و گزارش به عنوان یکی از نخستین اهداف مطبوعات و رسانه ها، به ارزش مطبوعاتی تبدیل شده است. این در حالی است که با نگاهی به آموزه های اسلامی و به ویژه کلام امیرالمؤمنین علی علیه السلام، به این نکته پی می بریم که به عقیده آن حضرت، انسان بااخلاق و پرهیزکار، بر چنین وسوسه و فکر



---

۱- نهج البلاغه، خطبه ۲۰۱.

ناسالمی چیره می شود و برتری کیفیت بر کمیت را در خبررسانی اصل می داند. همچنین آن حضرت همواره زیاده گویی را به عنوان یکی از رذایل اخلاقی، نکوهش می کند: «بر تو باد دوری از زیاده گویی؛ زیرا هر که کلامش فزونی یافت، خطاهایش نیز زیاد می شود.»(۱) در جای دیگری نیز می فرماید:

زیاده روی [در سخن گفتن] موجب لغزش حکیم و افسردگی شکیباست. پس از زیاده گویی بپرهیز که سبب تنگ دستی و اضطراب می شود و در سخن گفتن افراط مکن که به خواری می انجامد.(۲)

هر چند موضوع اصلی در این آموزه ها، سخن گفتن است، شکی نیست که مقصود؛ مفهوم عام کلام است که شامل ابزار و روش های گوناگون نشر خبر، از جمله مطبوعات نیز می شود.

### د) مسئولیت در برابر فهم و برداشت مردم

د) مسئولیت در برابر فهم و برداشت مردم

در برخی مواقع می توان از یک مطلب یا یک خبر، برحسب پیش فرض های ذهنی، سطح آگاهی، توقع و علاقه ها و ویژگی های متنوع دیگر، برداشت های متفاوتی داشت.

در این شرایط، آنچه در صورت پدید آمدن اختلاف، به عنوان معیار داوری پذیرفته می شود، فهم و برداشت عمومی است. امام علی علیه السلام درباره مسئولیت آدمی در برابر کلام خویش، سخنی کلی دارد:

سخن در اختیار توست تا آن هنگام که زبان نگشاده ای. پس آن گاه که

ص: ۳۸

---

۱- فهرست موضوعی غررالحکم، ج ۵، ص ۲۸۹.

۲- همان، ج ۲، ص ۱۰۹.

سخن گویی، خود در گرو آن قرار خواهی گرفت.(۱)

همچنین آن هنگام که پس از بیعت مردم با ایشان در مدینه، قصد خواندن خطبه داشت، سخن خویش را چنین آغاز کرد: «آنچه می گویم بر عهده خویش می دانم و خود، آن را ضمانت می کنم.»(۲)

زُبیر بن عوام از اصحاب رسول خدا صلی الله علیه و آلهبود و ابتدا با امیرالمؤمنین علی علیه السلام بیعت کرد، ولی سپس از بیعت خارج شد. امام در پاسخ به او که گفته بود: «من هرچند با دست بیعت کردم، قلب من به چنین بیعتی راضی نبود»، می فرماید:

می پندارد با دستش بیعت کرده است، نه با دلش. پس به آنچه به دستش بوده، اعتراف می کند و به آنچه به دلش بوده است، ادعا. پس یا بر آنچه ادعا می کند، دلیلی روشن باید یا در آنچه بود [یعنی بیعت] و از آن بیرون رفت، درآید.

مسئله بیعت، به ظاهر با خبر و مطبوعات، ارتباط مستقیمی ندارد، ولی از این اعتراض امام برمی آید که انسان در برابر برداشت های عمومی دیگران از کردار یا گفته هایش، مسئول است و این نگرش می تواند راهنما و الگوی رفتار و اخلاق مطبوعاتی قرار گیرد.

### ه ) حفظ حریم خصوصی افراد

ه ) حفظ حریم خصوصی افراد

در جامعه اسلامی، حفظ حریم شخصی و آبروی افراد بر همگان واجب است و تا زمانی که ضرورت ایجاب نکند، کسی حق ندارد با آشکار کردن



---

۱- نهج البلاغه، خطبه ۳۷۳.

۲- همان، خطبه ۱۶.

اسـرار مردم، سـبب هتك آبرو و از بين رفتن شخصـيت آنان شود. امام علی عليه السـلام پس از اشاره به اين نكته كه مؤمنان با وجود مفاسـد و فتنه های اجتماعی اطرافشان، اهل نجات و رسـتگاری اند، آنان را چنين وصف می كند: «مؤمنان نه فتنه جويند و نه سخن را بدان رسانند و نه زشتی كسی را به گوش اين و آن خوانند».(۱)

گـاهی براساس برخی مصلحت انديشـی ها، بعضـی از اسـرار و مسائل مهم و خصوصـی جامعه فاش می گردد. با پـذيرش اين سخن حضـرت علی عليه السـلام به عنوان يـک اصـل، درمی يابيم كه ايشان بـدگويی و دخالت در مسائل ريز زنـدگی افراد را نفی می كنـد و آن را نكوهيـده می دانـد؛ زيرا پی آمـدهای ناخوشاينـدی از جمله ايجاد اغتشاش در جامعه و خـدشه دار شدن هويت و چهره اجتماعی آن افراد را به همراه خواهد داشت.

## و) پرهيز از مكر و خدعه

و) پرهيز از مكر و خدعه

به عقيـده اميرمؤمنان، دنيا، كشت زار آخرت است. پس از فرجام اعمال خويش در جهان بازپسـين نبايـد غفلت ورزيـد. بر اين اسـاس، ايشـان بـا پرهيز دادن از نيرنـگ بـازی و حيلت ورزی و فريب كاری، پيروان حق را به پای بنـدی به دين و ارزش های والای اخلاقی فرا می خوانـد. از سـيره عملی امـام علی عليه السـلام درمی يـابيم كه ايشـان در اوج اقتـدار و توانايی، از مكر و نيرنـگ دوری می كرد و دامـان عصـمت خويش را از اين گونه پليـدی ها منزه نگاه می داشت. در اينجا به يكی از خطبه های ژرف امام در نكوهش مكرورزی اشاره



---

۱- همان، خطبه ۱۰۲.

می کنیم:

همانا وفا هم زاد راستی است و هیچ سپری چون وفا، بازدارنده [گزند] نیست و بی وفایی [و نیرنگ] نکند آن که می داند او را چگونه بازگشت گاهی است. ما در روزگاری به سر می بریم که بیشتر مردم آن بی وفایی [و مکر و خدعه] را زیرکی می دانند و نادانان، آن مردم (مکاران) را چاره اندیش می خوانند.(۱)

امام در خطبه ای دیگر، پس از مقایسه خود با سرسخت ترین دشمنش؛ یعنی معاویه، مهم ترین امتیاز خویش را در آن می داند که معاویه، اهل نیرنگ و خیانت است، ولی او از ارتکاب چنین کارهایی پرهیز می کند:

به خدا سوگند، معاویه از من زیرک تر نیست، بلکه شیوه او پیمان شکنی و گناه کاری است. اگر پیمان شکنی ناخوشایند نمی نمود، زیرک تر از من کسی نبود، ولی هر پیمان شکنی، انسان را به گناه برانگیزد و هر چه آدمی را به گناه برانگیزد، دل را تاریک گرداند. روز رستاخیز، پیمان شکن را درفشی است افراخته و او بدان درفش شناخته شود. به خدا که مرا با فریب غافل گیر نتوانند کرد و با سخت گیری ناتوانم نتوانند شمرد.(۲)

بر اساس این گفته، پرهیز امام از خدعه و نیرنگ هرگز به معنای ساده لوحی و ناتوانی در برابر دشمن نیست، بلکه دوراندیشی و هوشیاری کامل امام را در تمام مراحل نشان می دهد. هرچند این یک دستورالعمل اخلاقی عام است، ولی در صحنه مطبوعات می توان به عنوان یک منشور اخلاقی بدان نگریست. انجام وظیفه به موارد مشابهی برخورد کنند که زمینه



---

۱- همان، خطبه ۴۱.

۲- همان، خطبه ۱۹۱.

انحراف را فراهم می سازد، بایـد همچون امیرمؤمنـان علی علیه السـلام و از هرگونه مکر و خـدعه برای دست یابی به اهـداف بپرهیزند. عملکرد خود را بر محور حق قرار دهند.

## ز) آزادگی و سازش ناپذیری

ز) آزادگی و سازش ناپذیری

از دیگر آموزه هـای ارزشـمند و گران بهـایی که از زنـدگانی امام علی علیه السـلام به یادگار مانـده، درس آزادگی و سازش ناپـذیری بـا قـدرت هـای طـاغوتی است. بهترین گواه این حقیقت، سه نبرد مهمی است که در دوران زمـام داری امـام رخ داد (جمل، صـفین و نهروان) و درواقع، امام حق مداران، به هیچ بهایی، سازش با دشـمنان دین خدا و عدول از مواضع حق را جایز نـدانست. پس از قتـل عثمان، بسـیاری از مسـلمانان دست بیعت به سوی امام دراز کردنـد و پس از پشت سر گـذاردن دورانی سخت، علی علیه السـلام را مناسب ترین فرد برای هدایت امت یافتند. امام نیز در فرازهایی، خطاب به موج عظیم مشتاقان، آنان را از حوادث ناخوشایند آینده بیم داد:

... وَ اعْلَمُوا أَنّی إِنْ اَجَبْتُکُمْ رَکِبْتُ بِکُمْ ما أَعْلَمُ وَ لَمْ اُصْغِ اِلَی قَوْلِ الْقآئِلِ وَعَتْبِ الْعاتِبِ.(۱)

بدانید که اگر من درخواست شـما را بپذیرم، با شـما چنان کار می کنم که خود می دانم و به گفته گوینده و ملامت سـرزنش کننده گوش نمی دارم.

امام در این برهه حساس، برخلاف معیارهای سیاست مداری، از مواضع سازش ناپذیرانه خود آشکارا پرده برداشت. این، خود، الگویی است شـفاف و راه گشا برای هر رسانه مکتوبی تا همواره با پیروی از این رهنمود امام علی علیه السـلام، آن را سرلوحه رفتار



---

۱- همان، خطبه ۱۹۲.

حرفه ای خود قرار دهد. در جهان امروز چه بسیارند صاحبان نشریات و ارباب جرایدی که با زیر پا نهادن اصل آزادگی و سازش ناپذیری با بیگانگان از دین، در برابر دریافت مبالغ مادی و وعده های پوشالی، سخنان و باورهای ناحقی را انتشار می دهند یا در امر حقی، شبهه و تردید می افکنند. این کار، مصداق روشنی است از تعارض و اختلاف با این توصیه عملی حضرت علی علیه السلام که فرمود خود را از سازش با نااهلان و ناراستی ها به قیمت کسب منافع دنیوی دور سازید.

## ح) موانع اخلاقی نشر اخبار

ح) موانع اخلاقی نشر اخبار

در این قسمت، به برخی موارد لزوم خودداری و جلوگیری از نشر اخبار اشاره می کنیم. یکی از مهم ترین این موارد، زمانی است که نشر یک خبر، زمینه ساز آشوب های داخلی و از بین رفتن وحدت ملی می شود. بدیهی است در این زمینه، عقل و دین، آدمی را ملزم می دارد که سکوت پیشه کند و می داد اخباری را که از آن آگاه است، در سینه خود نگه دارد تا آن هنگام که شرایط اظهار آن فراهم شود. پس از وفات رسول اکرم صلی الله علیه و آله، عباس بن عبدالله المطلب و ابوسفیان بن حرب به حضرت علی علیه السلامپیشنهاد بیعت دادند، ولی امام از این کار سر باز زد و در پاسخ به آنها خطبه ای خواند. امام در بخشی از آن خطبه، به این واقعیت اشاره دارد که از برخی اخبار آگاه است، ولی اظهار آن به آشوب و اختلاف می انجامد:

به خدا سوگند، پسر ابی طالب مشتاق نیز است به مرگ از علاقه طفل به پستان مادرش، ولی چیزی می دانم که بر شما پوشیده است و اگر بگویم و بشنوید، به لرزه درمی آیید، همانند لرزیدن ریسمان در چاهی که ته آن ناپیداست.

ص: ۴۳

(۱)

یکی دیگر از موارد لزوم حفظ اسرار در اجتماع، حفظ اخبار و مسائل مهم جنگی است. بدیهی است افشای اسرار جنگی، به ویژه در گیر و دار نبرد، پی آمدهای ناگوار و جبران ناپذیری برای سپاه اسلام خواهد داشت. امام در یکی از نامه های خویش به مرزبانان، این واقعیت را یادآور می شود که گاه لازم است برخی اسرار جنگی حتی برای مرزبانان نیز بازگو نشود. امام در بیان حقوقی که مرزبانان کشور اسلامی بر حاکم دارند، می فرماید:

... بدانید حق شماست بر من که چیزی را از شما نپوشانم و خبری را از شما پنهان نکنم، جز راز جنگ که از پوشاندن آن ناچارم.(۲)

افزون بر این، اصل دیگری که از میان رهنمودهای گهربار امیرالمؤمنین علی علیه السلام در زمینه محدودیت های نشر اخبار و اطلاعات به دست می آید، پوشیده داشتن خبر هنگامی است که مخاطب و شنونده و خواننده، شایستگی و شرایط دریافت آن را ندارد. امام علی علیه السلام در یکی از خطبه هایش، پرده از این حقیقت برمی دارد که سینه اش، انباشته از اخبار و اسراری است که تنها خواص و یاران نزدیک خویش را شایسته شنیدن آن می داند و برای پیش گیری از انحراف مردم، از نقل عمومی آن پرهیز می کند:

به خدا سوگند، اگر بخواهم هر یک از شما را خبر دهم که از کجا آمده است و به کجا می رود و سرانجام کارهای او چه خواهد بود، می توانم. با این حال، می ترسم که درباره من به غلو روید و مرا بر رسول خدا صلی الله علیه و آله تفضیل نهید. من این ــ راز ــ را با خواص در میان می گذارم که بیمی از ایشان نیست و به آنان اطمینان دارم. به خدایی که او را [پیامبر را]



---

۱- همان، خطبه ۵۰.

۲- همان، نامه ۵۰.

به حق برانگیخت و بر مردمان برتری بخشید، جز سخن راست بر زبان نمی آورم و رسول خدا صلی الله علیه و آله مرا از این حادثه ها، آگاه ساخت و هلاکت آن کس را که هلاك شود و رهایی آن را که نجات یابد، به من گفته و از پایان کار خبر داده است.(۱)

آنچه در این فصل آمد، تنها ذره ای از دریای معارف علوی است. امید که این اندك، راه را هموارتر سازد تا پژوهش های جامع تری در این باره انجام گیرد.

ص: ۴۵

---

۱- همان، خطبه ۱۷۴.

## فصل چهارم: بررسی نسبت میان اخلاق و مطبوعات

### اشاره

فصل چهارم: بررسی نسبت میان اخلاق و مطبوعات

زیر فصل ها

۱. عوامل مؤثر بر پای بندی به اخلاق در مطبوعات

۲. دوراهی اخلاق مطبوعاتی

۳. ارزش ها و فضیلت ها در اخلاق مطبوعات

۴. نقش قانون در عملی ساختن اخلاق رسانه ای

نتیجه گیری

### ۱. عوامل مؤثر بر پای بندی به اخلاق در مطبوعات

#### اشاره

۱. عوامل مؤثر بر پای بندی به اخلاق در مطبوعات

اخلاق مطبوعات نیز مانند هر پدیده اجتماعی دیگر از عوامل اجتماعی متعددی تأثیر می پذیرد. در این زمینه به چهار عامل مهم می توان اشاره کرد:

#### الف) عامل قانون گذار (دولت)

الف) عامل قانون گذار (دولت)

در هر جامعه ای، دولت یا نهاد اداره کننده جامعه، با استفاده از مراجع قانون گذاری می تواند پدیده اخلاق در مطبوعات را در چارچوبی قانونی سامان دهد که در این صورت، اخلاق را به عنوان پشتوانه ای مطمئن برای اجرای قانون می پذیرد. ازاین رو، قانون در قالب یکی از عوامل ارتباط دهنده اخلاق و مطبوعات و به تعبیری، محکم ترین رشته پیونددهنده میان این دو مفهوم مطرح است. بسیاری از کارشناسان و نظریه پردازان بر این عقیده اند که با وجود ظاهر خشن و نفوذناپذیر ارتباط قانونی اخلاق و مطبوعات، این

روش بهترین شیوه ایجاد ارتباط میان این دو مفهوم نخواهد بود.(۱)

## ب) جامعه حرفه ای مطبوعات

ب) جامعه حرفه ای مطبوعات

بخش تأثیرگذار دیگر که درحقیقت، مجریان اخلاق در حیطه مطبوعات هستند، کارگزاران و اداره کنندگان مطبوعاتند که به گردآوری و سامان بخشی مجموعه نشر می پردازند. بدین ترتیب، میان میزان پای بندی این مجموعه به اخلاق از یک سو و میزان حفظ و رعایت محورهای اخلاقی در مطبوعات از سوی دیگر رابطه ای مستقیم وجود دارد؛ به گونه ای که حتی اگر برای اخلاق مطبوعات، قوانین خاصی هم تنظیم شود، باز هم این جامعه مطبوعاتی و کارگزاران آنهاست که باید در راه اجرای قانون بکوشند. بدیهی است اگر جامعه حرفه ای مطبوعات، به هر دلیل، قصد اجرای قانون و احترام به اخلاق مطبوعاتی را نداشته باشند، حتی با وجود قانون و سخت گیری برای اجرای آن، تنها سطح پایینی از اخلاق را در عرصه مطبوعات شاهد خواهیم بود. بدین ترتیب، همانند دیگر عرصه های فعالیت های اجتماعی، گریزگاه های قانونی، این امکان را به مجریان مطبوعات خواهد داد که با روش ها و سیاست های گوناگون، برداشت حداقلی از قانون و اخلاق را در میان مطبوعات رواج دهند.

## ج) مخاطبان مطبوعات

ج) مخاطبان مطبوعات

گذشته از کارگزاران مطبوعات به عنوان عوامل اجرایی در این عرصه، دیگر بخش اصلی و انکارناپذیر مطبوعات، مخاطبان و خوانندگانی هستند

ص: ۴۷

---

۱- جان هاپکینز، قانون، رسانه، حکومت، ترجمه: علی اسماعیلی، تهران، نشر فرهنگ نو، چ ۱، ص ۱۱۲.

که با سلیقه ها، دیدگاه ها و باورهای خود، خواسته یا ناخواسته، ارباب جراید را وادار می کنند تا خواسته های آنها را عملی سازند. به این ترتیب، هرگاه مخاطبان مطبوعات در جامعه، به حفظ اخلاق و ارزش های عرفی جامعه پای بند باشند، مطبوعات نیز برای حفظ جایگاه خود در بازار رقابت، به این معیارها پای بند خواهند بود. اگر بی توجهی به اخلاق در جامعه ای فراگیر شود، آن بخش از مطبوعات که بدون توجه به رسالت ها و وظایف اصلاحگرانه و آموزش اجتماعی خود، تنها در پی کسب منفعت هستند و خود را بنگاه اقتصادی صِرف می دانند، با توجه به اصل پیروی مطبوعات از مخاطب،(۱) موازین اخلاقی را نادیده می گیرند. بدین ترتیب، جامعه و مخاطبان مطبوعات، مهم ترین و مؤثرترین ابزار در کنترل اخلاقی مطبوعات خواهد بود.

## د) دین و فرهنگ جامعه

د) دین و فرهنگ جامعه

اگر فرهنگ را مجموعه ای از آداب، اخلاق، ارزش ها و ضدارزش ها و سنت های گوناگون و میزان سواد و اطلاعات جامعه بدانیم(۲) و دین را نیز به عنوان مجموعه دستورهایی برای هدف مند شدن این مجموعه و هماهنگی آن با اراده پروردگار آدمیان بپذیریم، به نقش مهم این دو مفهوم در شکل گیری اخلاق و پدیدار شدن اخلاق مطبوعاتی پی خواهیم برد. از یک



---

۱- آرتور و میلن، نگاهی دیگر به عرصه رسانه، ترجمه: داود میری، نشر آذین پژوه عادل، ص ۸۰.
۲- سی ون روین، آیا رسانه وظیفه اخلاقی دارد؟ ترجمه: مهرداد وحدتی، به نقل از: نگاهی دیگر به اخلاق رسانه، تهران، مرکز مطالعات رسانه های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چ ۱، ص ۹۷.

طرف، دین و ارزش های دینی، تبیین کننده چارچوب ها و معیارهای اخلاقی موجود در یک جامعه دینی خواهد بود. از سوی دیگر، عناصر فرهنگ نظیر آداب و رسوم و سنت ها، با پیروی از رهنمودها و دستورهای دینی، ریزترین و کوچک ترین رفتارهای اخلاقی مورد پسند جامعه را گرد خواهند آورد. بنابراین، درمی یابیم که در جامعه دینی، پس از پذیرش مفهومی به نام اخلاق مطبوعاتی، طراح و برنامه ریز جنبه های گوناگون این پدیده، همان دین و فرهنگ و دستورهایی هستند که از منبعی والا سرچشمه گرفته اند.

باید به خاطر داشت که فرهنگ های متنوع با ویژگی های گوناگون، ممکن است مایه ایجاد تفاوت هایی در اخلاق مطبوعاتی در جوامع مختلف شوند. بااین حال، از آنجا که ادیان الهی همگی از سرچشمه واحدی صادر می شوند، هرگاه به عنوان عاملی برای تبیین اخلاق به کار روند، نوعی هم گرایی و همانندی و اشتراک را در اخلاق مطبوعاتی، حتی در میان جوامع و فرهنگ های گوناگون ایجاد خواهند کرد.

## ۲. دوراهی اخلاق مطبوعاتی

### اشاره

۲. دوراهی اخلاق مطبوعاتی

زیر فصل ها

الف) نفع مادی فوری یا نفع اجتماعی؟

ب) رازداری و منافع عمومی

### الف) نفع مادی فوری یا نفع اجتماعی؟

الف) نفع مادی فوری یا نفع اجتماعی؟

مطبوعاتی که در نظام های دموکراتیک (مردم سالار) صرفا جنبه تجاری دارند، در گزارش مسائل جاری و روزانه تنها بر اساس ارزش خبری گزارش ها و برآوردشان از خواسته های خوانندگان و باورهای شخصی ـ سیاسی و دیگر باورهای خود عمل می کنند. این حالت در جهان امروز، تعریف ساده ای است از آزادی مطلوبی که در اختیار مطبوعات قرار گرفته است. در این عرصه که در اختیار مطبوعات قرار گرفته است تا آنچه را

فراهم می آورنـد، در این چارچوب به خوانندگانشان ارائه دهند، تعارضـی بزرگ به چشم می خورد و آن، تعارض میان منافع شخصـی مطبوعات و منافع جامعه است. به این ترتیب که در یک تقسـیم بندی منطقی، اخبار، گزارش ها و عکس هایی که در مطبوعـات منتشـر می شونـد، در ارتبـاط بـا منـافع عمومی جـامعه و همـاهنگی با اخلاق و هنجارهای مورد پـذیرش اجتماع، دو موقعیت «هم راستا» و «غیر هم راستا» دارند؛(۱) بدین معنا که اطلاعات منتشر شده در مطبوعات، یا مطالبی هستند که با اهداف عمومی و منافع جامعه سازگارند یا مطالبی هستند غیراخلاقی و در تضاد با منافع و مصالح عمومی جامعه.

بر مبنای همین مسـئله تعارض آمیز، رفتار یک جریده نیز دچار تعارض خواهد شد؛ زیرا براساس یک اصل عرفی شـناخته شده در مطبوعـات، بسـیاری از مطالب غیراخلاقی، مطالبی هسـتند پرفروش و سودآور.(۲) با وجود چنین وضـعیتی، ارباب جرایـد و مطبوعات، همواره با این وسوسه روبه رو هسـتند که بین انتشار مطالب غیراخلاقی و مخالف مصـلحت جامعه و نیز فروش بالاتر و سود بیشتر یـا رعـایت موازین اخلاـقی و متعهـد بودن به ارزش هـا و حفـظ نفع اجتماع و درنتیجه، شـمارگان پایین تر و سود کمتر، یکی را انتخاب کنند.



---

۱- قانون، رسانه، حکومت، ص ۸۵ .

۲- ال.بی.واشنگتن، اصول اعتقادی رسانه، ترجمه: محمد محمودی نژاد، تهران، نشر حقیقت، چ ۱، ص۴۱.

با نگاهی کوتاه به نوع مطالب موجود در مطبوعات (در ایران و جهان) خواهیم دید که بسیاری از مطبوعات، به دلیل حاکمیت و برتری بخشیدن به سود و ثروت بر اخلاق و صداقت، راه اول (انتشار مطالب غیراخلاقی) را برگزیده اند. جالب اینجاست که در برخی موارد، این گزینش به صورت های گوناگونی از سوی صاحبان نشریه توجیه می شود؛ چون در هر حال، پایه اقتصادی مطبوعات بر فروش بیشتر و توجه و گرایش هر چه بیشتر خوانندگان به آنها استوار است. از همین روست که مقید بودن یا نبودن ارباب مطبوعات به ارزش های اخلاقی، عامل بسیار مهمی در کنترل صحیح عملکرد اجتماعی مطبوعات و حفظ این پدیده از کج روی های اجتماعی یا گرایش به سمت هنجارشکنی در هر جامعه به شمار می رود.

نمونه آشکار و شایع در جامعه مطبوعاتی ایران، مسئله چاپ و توزیع عکس های هنرپیشگان، به ویژه هنرپیشگان زن سینماست. صاحبان جراید به تجربه دریافته اند که استفاده از تصویرهای بزرگ هنرپیشگان برجسته زن بر روی جلد مطبوعات یا صفحه نخست آنها، با افزایش شمارگان و بالا رفتن آمار فروش و در نتیجه، افزایش سود مادی، ارتباط مستقیم دارد. این رفتار ناشایست مطبوعاتی با اخلاق مطلوب عمومی و عرف حاکم بر جامعه ایران کاملاً در تضاد است. ارباب جراید و نشریات با انتخاب هر یک از دو رویکرد؛ یعنی توجه و اهتمام به فرهنگ دینی و ملی جامعه و احترام گزاردن به ارزش های پذیرفته شده جامعه یا توجه به ابعاد اقتصادی مسئله و سودآوری فروش این گونه نشریات، می توانند بر فرهنگ و اخلاق جامعه تأثیر بگذارند.

ص: ۵۱

نمونه دیگر، اتفاقی است که چندی پیش در کشور آفریقای جنوبی رخ داد و آن، زمانی بود که خبرنگاری ناگزیر بود بین قانون [به عنوان اخلاق با ضمانت اجرا] از یک سو و منافع شغلی خویش از سوی دیگر، یکی را انتخاب کند. گزارشگری جوان از نشریه بیلدا (Bilda) به یک سال زندان محکوم شد؛ چون از حضور در دادگاه به عنوان شاهد دولت [دادستان] بر ضد یک جنایت کار خودداری کرد. این خودداری از شهادت، از آن جهت بود که افراد جامعه، دیگر چنین نپندارند که با گفتن اسرار خود به خبرنگاران برای انتشار بخشی از آن در مطبوعات، روزی از آن خبرنگاران به عنوان شاهد گفته هایش علیه ایشان استفاده خواهد شد!(۱)

بدون شک، اگر این شهادت صورت می گرفت، تا حد زیادی از حرکت آزادانه خبرنگاران برای جلب خبر می کاست و در عوض، منافع عمومی حفظ می شد، ولی اکنون با این حرکت، نفع اجتماع و معیارهای اخلاقی کنار گذارده شد تا منافع حرفه ای این خبرنگار و دیگر همکارانش محفوظ بماند.

### ب) رازداری و منافع عمومی

ب) رازداری و منافع عمومی

دو مفهوم «محرمانه بودن» و «منافع عمومی»، همواره وجود یکدیگر را نقض می کنند و این باور، پیوسته در میان جامعه مطبوعاتی رایج بوده است.(۲) که روزنامه چی، روزنامه چی است و جاسوس، جاسوس؛ جاسوس. پنهان کار



---

۱- قانون، رسانه، حکومت، ص ۱۹۱.

۲- اصول اقتصادی رسانه، صص ۵۹ و ۶۸ .

و روزنـامه چی، افشـاگر اسـت. به این ترتیب، چیزی به نـام روزنـامه نگـار رازدار وجـود نـدارد، همـان گـونه که چیزی به نـام جاسوس علنی وجود ندارد.(۱) این جمله هـا به روشـنی بیانگر چارچوب های کلی تفکری است که در جهان مطبوعات امروز (به ویژه جهان مطبوعات غربی) حاکم است. بر این اساس، یک جریـده حق دارد به حکم ماهیت خود، به منظور اطلاع رسانی به مردم در شـمارگان بالاتر و کسب سود بیشتر، هر خبر و گزارشی را که در قالب قانون های خبری می گنجد، بدون ملاحظه بازتاب دهـد. به همین دلیل، در بسـیاری موارد، میان جراید مختلف برای انعکاس هر چه سـریع تر مطالب و گزارش ها، رقابت روی می دهـد. با پـذیرش این اصل از یک سو و اینکه نشـریات نمی تواننـد هر خبر یا گزارشـی را منتشـر کننـد و باید خطوط قرمزی در مطبوعات وجود داشته باشد، این پرسش مطرح می شود که کدام شخص یا مرجع و نهادی، صلاحیت تعیین مصداق ها و حدود این محدودیت ها و خطوط قرمز را دارد؟

در این زمینه، دیـدگاه هـای متفاوت بیان شـده است. از میان نظریه های مطرح شـده، توجه به خواست اکثریت مردم، هواداران بسـیاری دارد. بنـابراین نظریه، اربـاب جرایـد بایـد در انتشـار خبر و حوادث به خواست عمومی جامعه توجه کننـد و از ملاحظه کاری بپرهیزند.



---

۱- همان.

این دیدگاه هر چند از نظر توجه به خواست اکثریت مطلوب است، ولی مشکل را حل نمی کند؛ زیرا هر نشریه و جریده ای می تواند برای توجیه انعکاس و انتشار خبر، آن را مطابق خواست اکثریت مردم قلمداد کند.

برای مثال، به یک مصداق عینی اشاره می کنیم:

در پی افشای رشوه گیری کلان مدیران یک شرکت نفتی در ونزوئلا از شرکت های امریکایی (شرکت های مهندسی مشاور)، مطبوعات این کشور قصد داشتند تا اطلاعات کاملی از محتوای این قراردادها و مبلغ های ذکر شده در آن منتشر کنند. با این کار، عملکرد ناپسند مدیران شرکت نفت ونزوئلا برای مردم آشکار می گشت. از سوی دیگر، با آگاه شدن مردم از هزینه های قراردادهای نفتی شرکت نفت ونزوئلا که مسئولیت فروش نفت (سرمایه مردم ونزوئلا) را برعهده داشت، منافع ملی این کشور به شدت تهدید می شد. در میان این دوراهی، برخی مطبوعات ونزوئلا به انتشار این اخبار و گزارش ها دست زدند، در حالی که دولت با انتشار آن به شدت مخالف بود و مطبوعات، این مخالفت را به «مخالفت با آزادی بیان» تفسیر کردند.(۱)

## ۳. ارزش ها و فضیلت ها در اخلاق مطبوعات

۳. ارزش ها و فضیلت ها در اخلاق مطبوعات

نکته مهمی که بیش از پیش در بررسی نسبت میان اخلاق و مطبوعات رخ می نماید، تعیین معیاری است که هنگام تعارض و تضاد میان «اهداف اخلاق» و «اهداف



---

۱- همان، ص ۱۷۱.

مطبوعات»، باید با شناخت اولویت ها و رعایت آنها، میان این دو پدیده (اخلاق و مطبوعات)، هم سویی و هماهنگی فراهم آورد.

با دقت در اخلاق مطبوعاتی اسلام و رفتار مطبوعاتی در جهان به ویژه غرب، درمی یابیم که معیار انتخابی و عرفیِ مطبوعات غرب که به صورت ارزش و فضیلت برتر در آمده، همان شمارگان بالاتر و سوددهی بیشتر است. مطبوعات برای رسیدن به این مقصود، حاضرند در تمام دو راهی های اخلاقی حرفه خود، گزینه «سود» را برگزینند و منفعت مادی را با بی اعتنایی به اصول اخلاقی، از آنِ خود کنند. برعکس، در یک جامعه دینی به ویژه اسلامی، معیار انتخاب در دوراهی های اخلاقی، آموزه هایی است که شارع مقدس بر آنها صحه می گذارد. بر این اساس، هر سود و منفعتی که مغایر با آن اصول باشد، فرودست و بی ارزش خواهد بود. ارزش هایی نظیر حق گویی، ادب و حیا، حفظ حریم ها و آزادگی، همگی چراغ های روشنی هستند که در موقعیت های انتخاب، فرا روی مطبوعات قرار می گیرند و آنها را برای پیشروی در مسیر اخلاقی گزینش شده در جامعه دینی، یاری می دهند.

## ۴. نقش قانون در عملی ساختن اخلاق رسانه ای

### اشاره

۴. نقش قانون در عملی ساختن اخلاق رسانه ای

در تعریف قانون گفته اند: «مجموعه قواعد و مقرراتی است که برای کنترل اجتماع و نظم بخشیدن به آن تهیه می شود و ضمانت اجرایی دارد.»(۱) در این تعریف، قانون، از جهتی شباهت بسیاری با اخلاق دارد؛ زیرا اخلاق

ص: ۵۵

---

۱- ناصر کاتوزیان، مقدمه علم حقوق، تهران، گنج دانش، چ ۲، ص ۴۰.

نیز مجموعه ای است از توصیه ها و رفتارهای پسندیده اجتماعی که با عمل به آنها، گونه ای از نظم و هدف مندی در میان افراد اجتماع حاکم می شود. پرسشی که از شباهت موجود میان این دو مفهوم به ذهن می رسد، این است که آیا می توان از قالب قانون که به ظاهر، قالبی سخت تر و انعطاف ناپذیرتر از اخلاق است، در جهت اجرای اخلاق و قواعد اخلاقی بهره جست؟ پس از آنکه این پرسش در عرصه رسانه و مطبوعات مطرح شد، پیشنهادهایی در قالب نظریه ارائه گردید که بر اساس آنها، اخلاق مطبوعاتی برای آنکه از قالب ذهنی خارج شود و شکل واقعیت به خود گیرد، باید در چارچوب قانون درآید و ضمانت اجرایی بیابد.(۱)

همچنین برخی از علمای علم حقوق، اصولاً ـ قانون و مجموعه مقررات قانونی هر کشور را همان اخلاق مورد نظر و پذیرفته شده هر جامعه می دانند که ضمانت اجرایی پیدا کرده است و بخش هایی از جامعه می توانند به تعقیب و پی گیری آن بپردازند.(۲)

اکنون به دو نظریه مهم درباره قانونی کردن اخلاق، اشاره و سپس دلایل طرفداران هر نظریه را بررسی می کنیم:

### الف) نظریه برابری قانون و اخلاق

الف) نظریه برابری قانون و اخلاق

طرفداران این نظریه بر این عقیده اند که با نگاهی واقع گرایانه به آنچه در عرصه مطبوعات روی می دهد، به این نتیجه می رسیم که برداشت های



---

۱- نگاهی دیگر به رسانه، ص ۷۱.

۲- مقدمه علم حقوق، ص ۴۹.

متفاوت و گاه متضادی از اخلاق، در جوامع وجود دارد. پس اخلاق پذیرفته شده و مطلوب قوای حاکم که مسئولیت برقراری نظم و کنترل اجتماعی را برعهده دارند، باید به گونه ای مناسب، به افراد جامعه آموخته شود. بدین ترتیب، اخلاق مورد نظر حاکمیت، با استفاده از ابزار قانون و قوه قاهره، ضمانت اجرایی می یابد. این دستورها باید به آن دسته از افراد جامعه هم که به هر دلیل، آموزه های اخلاقی را فرا نگرفته اند، آموزش داده شود. در غیر این صورت، اخلاق مطبوعاتی، امری انتخابی، اتفاقی و غیرقطعی خواهد بود که ممکن است در بسیاری موارد و به دلایل گوناگون، نقض شود.(۱) این عده معتقدند از آنجا که حکومت در نقش قیم و متولی جامعه ظاهر می شود، وظیفه دارد رفتارهای پسندیده و تأیید شده اجتماع را به ویژه در عرصه مطبوعات و رسانه ها، هدایت و کنترل کند. بدین ترتیب، با قانونی کردن اخلاق مطبوعات، به مسئولان مطبوعات و رسانه ها اجازه نمی دهد مفاهیم ارزشمند اخلاقی را زیر پا بگذارند.(۲)

طرفداران این نظریه که از اخلاق مطبوعاتی قانون مند دفاع می کنند، بر این باورند که با آوردن چتر قانون بر سر اخلاق مطبوعاتی، جلو سوءاستفاده های گوناگون در این زمینه گرفته خواهد شد. در غیر این صورت، از یک سو ممکن است دولت ها در صورت نبودن قالب قانونی، هر رفتاری را که مورد پسند خودشان نباشد، به بهانه رفتار غیراخلاقی محکوم



---

۱- قانون، رسانه، حکومت، صص ۱۱۰ و ۱۱۳.

۲- همان.

کننـد و با این اسـتدلال یک طرفه، آزادی عمل مطبوعات را محدود سازند. از سوی دیگر، صاحبان آن دسـته از مطبوعاتی که در فضـایی خلاـف مـوازین اخلاـقی و شـرعی مطبوعـات فعـالیت می کننـد، ممکـن است در پرتـو شـعار آزادی مطبوعـات، با سوءاستفاده از مفهوم «آزادی»، بسیاری از موازین اخلاقی را زیر پا بگذارند.(۱)

## ب) نظریه ناتوانی قانون

ب) نظریه ناتوانی قانون

عـده ای دیگر از صـاحب نظران، بهره گیری از قـانون را برای اجرایی کردن اخلاـق در جامعه مطبوعاتی، کارگشا نمی داننـد. اینـان در تعریف اخلاـق به این نکته اشـاره می کننـد که دامنه اخلاـق، بسـیار گسترده تر از حیطه قانون است. به عبارت دیگر، حتی اگر قانون، با درون مایه اخلاقی تدوین شده باشد، تنها بخشـی از ارزش های اخلاقی را در خود جای داده است. بسـیاری از آموزه های اخلاقی را نمی توان در چارچوب قانون اندازه گرفت و سـنجید. همچنین بسیاری از دولت ها هم هستند که هیچ داعیه ای برای پاسـداری از اخلاـق ندارنـد. اگر هم به ظـاهر، پرچم دفـاع از اخلاـق و موازین اخلاـقی را بلنـد کرده انـد، برای رسـیدن به اهـداف شخصـی خود، در عمل هیچ پای بندی به آن اصول و موازین ندارند و همواره در حال نقض این ارزش ها هسـتند. حـال، از چنین دولت ها و حاکمانی که در جهان امروز بسـیارند، چگونه می توان انتظار داشت که متولی حفظ اخلاق در میان مطبوعات و رسانه ها باشند یا آن را از طریق قانون و ضمانت های اجرایی آن آموزش دهند یا



---

۱- همان، ص ۱۰۷.

پی گیری کنند.(۱)

این گروه از اندیشمندان با چنین استدلالی بیان می کنند اخلاق مطبوعاتی مقوله ای است که باید جامعه مطبوعاتی با تکیه بر کشش های درونی و وجدان عمومی خود به گسترش و حفظ آن بپردازد. اعضای جامعه مطبوعاتی با توجه به میزان دل بستگی و اعتقاد خود به موازین اخلاقی باید به رعایت آنها اهتمام ورزند وگرنه قانون و ضمانت های اجرایی، بر ایجاد یا از بین رفتن ارزش های اخلاقی در میان مطبوعات تأثیر چندانی نخواهند داشت.(۲)

## نتیجه گیری

نتیجه گیری

در انتخاب میان این دو نظریه، نباید راه افراط یا تفریط را پیمود. با نگاهی به آموزه های اخلاقی اسلام و حیطه گسترده آن که در مطبوعات نیز جاری است، انتظار اینکه قانون گذاران و مجریان، بتوانند تمام فضیلت ها و ارزش های اخلاقی را در این قالب جای دهند، بی اساس و ناممکن است. چارچوب های قانونی، گنجایش دربرگرفتن، سنجش و ارزیابی فضایل اخلاقی اسلامی را ندارند تا پس از آن، مجریان قانون بخواهند تجاوزگران به اخلاق مطبوعات را پی گیری و مجازات کنند.

گفتنی است سطح رعایت اخلاق از سوی کارگزاران مطبوعات، آن چنان که باید، مورد تأیید شرع مقدس اسلام نیست. در روایت های



---

۱- اصول اقتصادی رسانه، ص ۹۰.

۲- همان.

متعددی می خوانیم که ائمه اطهار علیهم السلام نسبت به حفظ ارزش های اخلاقی در جامعه، دقت داشتند و حتی خود به امر به معروف و نهی از منکر می پرداختند و دیگران را نیز به آن امر می فرمودند. ازاین رو، باید پذیرفت که آراستگی به اخلاق کامل مطبوعاتی، امری است که باید ارباب جراید و اعضای جامعه مطبوعات، با تکیه بر پیامبر درونی و وجدان حرفه ای خویش برای رسیدن به آن بکوشند. البته این به معنای نفی ضرورت گنجاندن برخی موازین اخلاقی در قالب قانون و پی گیری آن از سوی بازوان نظارتی جامعه نیست. خلاصه اینکه مهم ترین وظیفه حکومت آن است که با بهره گیری از نکات مثبت و قوت هر دو نظریه، مطمئن ترین شیوه را برای گسترش و حفظ موازین اخلاقی در جامعه مطبوعات به کار بندد.

## فصل پنجم: آسیب شناسی اخلاق مطبوعاتی

### اشاره

فصل پنجم: آسیب شناسی اخلاق مطبوعاتی

زیر فصل ها



### ۱. موانع حضور اخلاق در مطبوعات۱

#### اشاره

۱. موانع حضور اخلاق در مطبوعات(۳)

بـا نگاهی گـذرا به مطبوعات جمهوری اسـلامی ایران و مقایسه آن با مطبوعات دیگر کشورهای جهان، قاطعانه می توان گفت ارزش هـای اخلاـقی جـامعه و احترام به فرهنـگ دینی در مطبوعـات کشورمـان بیشتر رعـایت می شود. با این حال، هنوز برای رسیدن به جایگاه حقیقی مطبوعات مطلوب، راهی دراز پیش رو دارد. با توجه به پشتوانه ای که از ارزش های تابناک دینی و اصول ارزشـمند انقلاب اسلامی به دست آورده ایم، رعایت بسیاری مسائل از رسانه ها انتظار می رود که در حال حاضر بیشتر آنها فراهم نیست.

در این میـان، بایـد پرسـید چرا بـا این همه تلاـش و تکـاپو، هنوز اخلاق و ارزش های انسانی چنان که شایسـته است، جایی در مطبوعات ندارند و گاه



---

-۱

-۲

-۳- این قسـمت خلاصه ای از مقاله زیر است: محمـد تقی سـبحانی، موانع حضور اخلاق در صـحنه مطبوعات، رویکرد اخلاقی در رسانه ها، ج ۱، صص۹_۱۲.

بدیهی ترین اصول اخلاقی، پای مال مصلحت اندیشی های حرفه ای می گردد؟ چرا پاک ترین گردانندگان مطبوعات نیز در اجرای ضابطه های اخلاقی با هزاران مشکل درگیر هستند؟

یادآور می شویم که در این گفتار، ما به مطبوعات به عنوان نهادی اجتماعی می نگریم. به عبارت بهتر، اخلاق مطبوعاتی را نه از جنبه روان شناختی، بلکه از زاویه جامعه شناختی آن بررسی می کنیم. با این ادعا که ارباب قلم و گردانندگان و متولیان فرهنگ کشور، همگی اهل فضیلت و ادبند، چرا در فضایی چنین ارزشمند، ارزش ها بی ارج می مانند و هیچ کس تجاوز به این حق الهی و انسانی را جرم و جنایت نمی شمارد؟ با دقت نظر در این باره، درمی یابیم که شناخت مشکلات و ریشه یابی آنها چندان دشوار نیست. رسانه ها و به ویژه مطبوعات ایران، در برخورد با ارزش ها، دست کم با چهار مشکل روبه رو هستند که هر یک به نوعی، راه را برای ورود اخلاق به صحنه مطبوعات، تنگ و تاریک می کند:

## الف) مشکلات نظری

الف) مشکلات نظری

دنیای پیچیده امروز، به انسان آموخته است که اندیشه ها را باید تا ژرف ترین لایه ها کاوید و در طرح ایده ها، همه زمینه ها را به دقت و با وسواس در نظر داشت.

حقیقت آن است که در سده های اخیر، شرق به ویژه جهان اسلام، ناخواسته در دام باورهای دنیای جدید افتاد و پیش از آنکه شرایط را به درستی بفهمد، خود را درگیر واقعیت های دنیای تازه دید. تا غرب و مبانی فلسفی و چارچوب های نظری آن را نشناسیم، مباحث ما خام و ناسنجیده

خواهنـد بود؛ زیرا مطبوعـات در بطن فرهنـگ غربی روییـده و رشـد کرده انـد و نقش و کـارکرد آنهـا متناسب با همان فضا و فرهنگ تنظیم شده است. حال اگر ما معتقدیم که فرهنگ دینی جامعه ایران با غرب و شرق، تباین بنیادین دارد، ضروری است که از مطبوعـات و به طور کلی رسـانه هـا، تعریفی روشن و سازگـار با جامعه دینی ارائه دهیم. اگر مطبوعات ما از مشـروطه تا کنون هنوز در جایگاه واقعی خویش اسـتقرار نیافته اند، از حاکمیت همین نگرش فلسفی غربی و ناهمگون با خواسته های یک جامعه دینی است.

به عبـارت دیگر، مطبوعـات مـا هنوز به طور کامل از غرب و ارزش های غربی نبریـده انـد و به ارزش های دینی و اسـلامی نیز گرایش جـدی ندارنـد. به همین دلیل، در نوعی تعلیق فرهنگی به سـر می برند؛ حالتی که از آن به «اندیشه آویخته» و «فرهنگ بی شـاکله» تعبیر می شود.(۱) بـدین ترتیب، مشـکل اصـلی در رسانه ها و مطبوعات امروز ما، نبود ارزش ها نیست، بلکه تضاد ارزش هاست. همین چنـدگانگی راه را برای ورود سـیل آسای معضل های اخلاقی می گشایـد و فرصت گزینش درست را از اهل مطبوعات می گیرد.(۲)

در این میان، باید دانست اومانیسم، مدرنیسم، لیبرالیسم و سـکولاریسم، چهارسـتون نظام ارزشی مطبوعات غربی را تشکیل می دهند. بنابراین، مطبوعات ما باید به طور اساسـی و به دور از شعارزدگی، این اصول را شناسایی و موضع خویش را در برابر آن به روشنی تبیین کنند.



---

۱- محمد درودگر، فرهنگ مطبوعات و مطبوعات فرهنگی، تهران، سالنما، ۱۳۷۶، ص ۵۹.

۲- محمدصادق رهبر، مقاله «تضاد ارزش ها در مطبوعات»، روزنامه سلام، سال دوم، ۲۵/۲/۱۳۷۵، ص۷.

لیبرالیسم، بند تعهد را از پای انسان می گیرد و او را به خویش وا می گذارد. اومانیسم، ارزش های انسان مدارانه و مادی را جای گزین ارزش های الهی می کند. سکولاریسم، نهادهای اجتماعی از جمله مطبوعات را جدا از ارزش های دینی می خواهد و حداکثر یک اخلاق دنیوی را پیشنهاد می کند. مدرنیسم نیز با طرح توسعه و نوسازی اجتماعی، حیات انسان را با ارزش های نظام سرمایه داری پیوند می دهد.(۱)

در چنین فضایی، تنها توسعه اقتصادی و اجتماعی، پیشنهاد و عمل می شود و این توسعه، فضای باز فرهنگی را می طلبد؛ فضایی که در آن مصرف گرایی، فزون خواهی و روابط آزاد، تشویق می شوند. اینها که مشخصه های توسعه در جهان امروز به شمار می روند، جامعه را به سوی سهل انگاری و بی توجهی به ارزش ها می کشانند. در نتیجه، توسعه صنعتی و اجتماعی به معنی رایج غربی، جایی برای اخلاق در روابط و زمینه های اجتماع از جمله در مطبوعات باقی نمی گذارد. در این فضا، کسانی ادعای آزادی بیان می کنند که به پیچیده ترین ابزار ارتباطی مسلحند و بر رسانه های جمعی و افکار عمومی جهان، سلطه ای بی رقیب دارند.

وقتی که مطبوعات بدون دقت در اهداف و ارزش های جامعه ای که در آن می زیند، از دیدگاه های فلسفی غربی پیروی کنند، طبیعی است که همان ایده ها و آرمان ها خواه ناخواه بر سیاست های عملی شان سایه می اندازد. اگر امروزه می بینیم که خبرنگاران نیز از هر مسئله کم اهمیتی سوژه می سازند و

ص: ۶۴

---

۱- اسماعیل ذوالفنون، چکیده فلسفه غرب، تهران، کانون اندیشه، ۱۳۷۷، ج۱، صص ۱۰۰ و ۱۲۰.

گاه برای جذب مخاطب و افزایش شمارگان، اخلاق و ارزش های دینی را دانسته یا نادانسته زیر پا می گذارند، در همین نگرش ریشه دارد.(۱) اگر به طور ریشه ای به حل این مشکل نپردازیم، با توصیه و بخش نامه یا اعمال دشوارترین ضابطه ها نمی توان اخلاق را به عرصه مطبوعات کشاند. بنابراین، اگر جامعه ما بخواهد بر اصول و ارزش های دینی و ملی خود پایدار بماند، باید با کنار گذاردن فرهنگ و عقاید بیگانگان، ادبیات و ساختار تفکر موجود را بی هیچ واهمه ای و با دقتی عمیق بررسی کند و ادبیاتی نو بر بنیان ارزش های اسلامی و انسانی بنا نهد. درواقع، اخلاق هنگامی در مطبوعات ارج و قرب می یابد که بر کارکرد آن در خبررسانی نظارت شود و این در گرو حل معضل های نظری و تبیین پایه ها و اصول ارتباطی حاکم بر جامعه است.

## ب) ابهام در ارزش ها

ب) ابهام در ارزش ها

ارزش های اخلاقی و دینی ما در محدوده اصول و چارچوب های کلی، روشن و قاطعند. با این حال، آنچه در جامعه انسانی رخ می دهد، رفتارهایی واقعی و مصداق هایی عینی برای مفاهیم یادشده هستند. این گونه است که گاه یک رفتار جزئی، احکام و ارزش های مختلف می یابد و میان ارزش ها، تعارض، چندگانگی یا ابهام روی می دهد. برای مثال، انتشار یک خبر، گروهی را بهره مند می سازد و در مقابل، به دسته ای دیگر زیان می رساند. در



---

۱- شاهد این مدعا، حجم فراوانی از انعکاس خبرهای جذب دختران فراری به باندهای فساد و تشریح آن حتی با ذکر جزئیات، در برخی مطبوعات است!

مثالی دیگر، ممکن است نشر یک خبر، آبروی عده ای را بریزد، ولی جامعه را هشیار سازد و آثار مثبتی را در زمینه اجتماعی یا اقتصادی بر جای گذارد، نظیر پخش خبر رسوایی مالی یک مقام ارشد دولتی. در چنین شرایطی است که آن اصول روشن و قاطع، هنگام رویارویی با واقعیت ها و مصداق های بیرونی، به ابهام و تاریکی می گرایند.

در این جا این پرسش مطرح می شود که کاربرد این ارزش ها از جمله اخلاق در عرصه عمل باید چگونه باشد؟ این ابهام آن گاه بیشتر می شود که پای مصالح سیاسی، منافع شخصی و گروهی و ضرورت های اقتصادی و حرفه ای به متن کار خبرنگاری و خبرنویسی باز شود. در این موقعیت ها، اگر مرزهای کاملاً آشکار و نفوذناپذیری از ارزش ها و معیارهای اخلاقی در میان نباشد، هرکس خود را مجاز می بیند با کمترین بهانه ای به حریم ها نزدیک شود و محدوده ها را زیر پا گذارد. برخوردهای دوگانه و آمیخته به نفاق که متأسفانه در بخشی از مطبوعات ما نهادینه شده، بیشتر از همین ابهام های ارزشی برمی خیزد.

هرگز نمی توان ابهام ها را از میان برد، ولی برای روشن و شفاف سازی حدود و مرزهای ارزش ها تا حد ممکن کوشید؛ زیرا اگر این تیرگی و تاریکی بر فضای اخلاق سایه افکند، «اخلاق» در ذات و مفهوم خویش، مقدس و محترم می ماند و هیچ گاه به متن زندگی مردم و از جمله مطبوعات راه نخواهد یافت. ازاین رو، تبیین و تدوین اخلاق حرفه ای، ضرورتی انکارناپذیر در جامعه ماست. این کار در محدوده اخلاق مطبوعاتی، تا حدی به فقه و اخلاق و تا اندازه ای به فلسفه اخلاق باز می گردد و چه نیکوست که

جمهوری اسلامی ایران در این زمینه نیز پیش گام و سرمشق باشد. برای رسیدن به این هدف لازم است بابی در فقه، با عنوان «فقه ارتباطات» گشوده شود و در بخش اخلاق، به مسائل مربوط به رسانه ها و اخلاق رسانه ای به طور جدی توجه شود. بر این اساس، تدوین اخلاق و احکام خبرنگاری، منش و شیوه جامعه مطبوعات و به ویژه خبرنگاران جوان و متعهد را در حرفه خویش بیش از گذشته روشن خواهد کرد.

گفتنی است این برنامه اخلاقی باید تا حد امکان، مصداقی، جزئی و سازگار با شرایط عینی باشد و از نگاه سطحی و برشمردن مسائل کلی فراتر رود و به مرحله ای اجرایی تر و عمیق تر برسد. در این زمینه، حتی با ایجاد دفتری در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با همین نام و هدف و بهره گیری از دانشوران حوزه و دانشگاه می توان راه رسیدن به هدف را که همانا جامعه اخلاقی مطبوعاتی است، هموارتر ساخت.

### ج) ضرورت های حرفه ای

ج) ضرورت های حرفه ای

مسلّم است حتی با وجود شفاف و روشن بودن مبانی نظری و هنجارها و معیارهای اخلاقی در مطبوعات، باز هم مطبوعات در اجرای ضوابط چندان آزاد و بی دغدغه نیستند. سازمانی که از نشریه اش استقبال خوبی نشود و نسخه های آن در گیشه بماند، در هدف اصلی خود؛ یعنی ارتباط با مردم، ناکام مانده است.این در حالی است که در باور جامعه مطبوعاتی، شمارگان و شهرت حرفه ای یک نشریه، رمز و راز موفقیت آن است و نوگرایی، منفی نگری و جنجال آفرینی، از ارزش های خبر به شمار می آیند.

ص: ۶۷

مطبوعات، نهادی است اجتماعی با فعالیتی جمعی و هر نشریه حاصل سلسله برنامه ریزی ها و سرمایه گذاری هایی است تا سازمان مسئول از نظر اقتصادی و اجتماعی، پایدار و پویا باقی بماند. این پایایی و پویایی از یک سو، به خواننده و از سویی دیگر، به وضعیت اقتصادی و جهت گیری سیاسی نشریه باز می گردد. بنابراین، باید مخاطب را جذب و او را خرسند کرد. توجه به همین نکته است که مطبوعات را به سوژه سازی، حادثه پروری و عوام گرایی می کشاند. گاهی یک تیتر یا یک مقاله، مصاحبه و عکس، شمارگان را تا دو برابر افزایش می دهد و حتی جریده ورشکسته ای را به اوج می رساند و در این مواقع، کمتر کسی حاضر است وجدان اخلاقی را به داوری فرا خواند و قضاوتی عاقلانه و بر مبنای شرع انجام دهد.

در جامعه ما هنوز رسانه ها ماهیت اقتصادی چندانی ندارند. با این حال، می توانند برای صاحبانشان سودمند و درآمدزا باشند. اگر بنا شود تنها بخشی از هزینه های جاری سازمان، از طریق ارتباط با قطب های اقتصادی و سیاسی تأمین شود، همین مسئله موضع گیری نشریه را تحت تأثیر قرار می دهد. سرمایه داران کلان به ویژه در بخش خصوصی، تنگناها و محدودیت های اخلاقی و دینی را برنمی تابد. یک نشریه آگاه نیز می کوشد در خدمت سازمان های اقتصادی درآید تا سیاست ها، الگوها و ارزش های خود را با شرایط اقتصادی جامعه هماهنگ سازد.

همچنین به سبب نبودن امنیت شغلی، ارباب قلم و خبر در بحران های اقتصادی با خطر روبه رو می شوند. در کشورهایی که همواره مطبوعات آنها با سیاست آمیخته است و با تحول در سیاست، موقعیت متفاوتی می یابد،

بیشتر مشکلات مطبوعات از همین ناحیه پدید می آید. اصولاً ـ مطبوعات یا خود، ساخته یک جریان سیاسی اند یا در سایه حاکمیتی سیاسی حق حیات می گیرند. بدیهی است که شرایط پر تب و تاب سیاسی و مصلحت های جناحی، در چنین وضعیتی، گردانندگان را به عدول از اصول و ارزش ها وا می دارد و اجرای ضوابط را در عمل، به فراموشی و انزوا می کشاند. این مسئله زمانی حساسیت می یابد که یک جریان سیاسی بخواهد اخلاق و هنجارها را به گونه ای تفسیر کند که با اهداف و عملکرد او سازگار افتد. به هر حال، اگر ثبات ارزش ها را باور داریم و خواهان حضور برجسته اخلاق در عرصه مطبوعات هستیم، باید تا حد ممکن این قید و بندها را از وجود مطبوعات کشور بگشاییم. البته چنان که پیش از این گفتیم، بیشتر این موانع در تصور نادرست از مطبوعات و ابهام در شناخت جایگاه واقعی آن ریشه دارد. بدین سبب، باید تعریفی از مطبوعات ارائه داد که با بافت فرهنگی و اجتماعی ما در تضاد نباشد.

## د) مشکلات اجرایی

د) مشکلات اجرایی

اصولاً ـ دشواری های فراروی رواج و گسترش ارزش های اخلاقی در جامعه، یکی از مهم ترین نگرانی های انسان در طول تاریخ بوده است. مقررات و احکام حقوقی را با سازوکار اداری می توان به اجرا گذاشت، ولی تحقق هنجارهای اخلاقی، از این راه ها امکان پذیر نیست.

نکته مهم دیگر این است که هنجارها بر اساس شرایط اقتصادی و اجتماعی تعیین می شوند یا تا حد بسیار زیادی از آنها تأثیر می پذیرند. این مسئله که چگونه می توان از رشد مفاسد جلوگیری کرد و فضایل اخلاقی را

گسترش داد، هرگز امر بـدیهی یا ساده ای نیست. با این حال، متولیان فرهنگ جامعه تاکنون با معضل های فرهنگی، برخوردی موسـمی و سـطحی داشـته اند و مسائل را کمتر با دیدی وسیع و در گستره زمانی طولانی نگریسته اند. به طور خلاصه، فرهنگ مـا، چه در بخش عموم و چه در بخش خواص، به پژوهش هـا و پی گیری هـای اجرایی جـدی نیاز دارد که تحقق این مهم نیز جز با همت مجموعه ای دل سوز و آینده نگر ممکن نیست.

نکته دیگر در این زمینه، هماهنـگ نبـودن دسـتگاه هـای مختلف اجرایی در کشور است، به گونه ای که این دسـتگاه هـا هنوز ساختار واحد اجرایی ندارند. پراکندگی در نظام اجرایی، به تناقض در سیاست ها و تصمیم گیری ها می انجامد و برنامه ها را دچـار اختلال می کنـد. ایجـاد مرکز عـالی و توان منـد در این زمینه، راه حـل منـاسبی برای این معضـل است تـا سـیاست ها و راهبردهای اجرایی خود را به همه بخش ها دیکته کند و بر کار آنها نظارت داشته باشد.

در نهـایت بایـد گفت مطبوعـات به نظـام اجرایی کنترل کننـده نیـاز دارنـد، ولی سـیاست هـای حفاظتی و قانون گرا گاه چنان ناشـیانه عمل می کنند که بهترین بهانه را به دست مخالفان و دشمنان می دهند و حتی دوستان را نیز رنجیده خاطر و ناامید می کننـد. بنابراین، در مـدیریت فرهنگی بایـد عناصـر و ابزار فرهنگی را به خـدمت گرفت. البته در نخستین گام، باید اجتماع را به گونه ای آماده ساخت که خصـلت های ناشـی از بداندیشی، فرصت و زمینه رشد نیابند یا افراد اجتماع کاملاً با آنها آشنا شوند و از آنها دوری گزینند.

## ۲. آسیب های همه گیر در جامعه مطبوعاتی۱

### اشاره

۲. آسیب های همه گیر در جامعه مطبوعاتی(۱)

ص: ۷۰

---

۱- این قسـمت خلاصه ای از مقاله زیر است: محمـد تقدیری، آسیب شناسـی ارتباطات، «سانسور» و «خودسانسوری»، رویکرد اخلاقی در رسانه ها، ج ۱، صص۲۳۹_۲۵۷.

افزون بر مشکلاتی که با توجه به شرایط خاص و فرهنگ و آداب حاکم بر جامعه، گریبان مطبوعات را می گیرند و آنها را از رعایت معیارهای اخلاقی و پای بندی به آن بازمی دارند، برخی اشکال ها نیز بدون چنین مرزی، تقریبا در مطبوعات تمام جوامع بشری وجود دارد. آسیب هایی که از آنها به «آسیب های همه گیر» تعبیر می شود، آسیب هایی است که صرف نظر از شرایط ویژه فرهنگی هر جامعه، متوجه مطبوعات می شود و به جامعه ای خاص، محدود نیست.

یکی از این آسیب ها، سانسور و مانع تراشی بیهوده بر سر راه نشر آزادانه حقایق و اخبار، به عنوان یک ارزش اخلاقی مطبوعاتی است. از آنجا که پدیده دیگری نیز با نام نظارت، در فضای مطبوعاتی وجود دارد و برخلاف سانسور می تواند مفید و مؤثر واقع شود، ابتدا به پدیده سانسور به عنوان یک آسیب می پردازیم. سپس عمل نظارت و تفاوت های آن با سانسور و نشانه های تأیید (نظارت) آن از سوی شرع مقدس اسلام را بررسی خواهیم کرد.

### الف) سانسور منفی و مرزهای آن با نظارت مثبت

#### اشاره

الف) سانسور منفی و مرزهای آن با نظارت مثبت

هر انسانی مایل است با آزادی کامل، سخن و نوشته خود را عرضه دارد و از این راه، افزون بر تکامل شخصیت خود، به فرهنگ مخاطبان نیز کمک و خدمتی کند. گاهی این خواسته را «حق آزادی» گفته اند. با این حال،

ص: ۷۱

برخی موانع بر سر راه ارائه این افکار و یافته های درونی انسان وجود دارد که سانسور، یکی از آنهاست.

## یک _ سانسور

یک _ سانسور

«سانسور»(۱)، واژه ای فرانسوی است به معنی ممیزی و تفتیش مطبوعات ونمایش ها.(۲) همچنین به انتقاد، عیب جویی، خرده گیری، تفتیش و مراقبت دولت در فیلم ها، نمایش نامه ها و مطالب روزنامه ها و دیگر مطبوعات، پیش از انتشار آنها معنی شده است.(۳) در سانسور باید به چند نکته توجه کرد:

۱. از آنجا که سانسور، معمولاً ـ به وسیله افراد سودجو و در موارد منفی صورت می گیرد، حالت ترسناک و تنفرآمیزی یافته است، به گونه ای که مجموعه ای از زورگویی ها، حق کشی ها، سرکوب آزادی ها و پای مال کردن حقوق انسان ها را در ذهن آدمی تداعی می کند.

۲. در سانسور همواره دخالت یک قدرت سلطه گر و برتر (اعم از قدرت سیاسی، اقتصادی یا نظامی) دیده می شود، هرچند این قدرت برتر، مشروعیت خود را از یک دیدگاه فکری گرفته باشد. در زمان سانسور، معمولاً به منظور ادامه و حفظ زندگی حرفه ای و تداوم اهداف و آرمان ها، مشکل دیگری سر راه مطبوعات خودنمایی می کند که صاحبان مطبوعات باید از گرفتار شدن به آن برحذر باشند و آن، «خودسانسوری» است. این واژه که معادل انگلیسی آن (Self-Censorships) است، مثل سانسور، بار



---

۱- ۱.Censure.

۲- لغت نامه دهخدا.

۳- فرهنگ معین.

منفی دارد و جامعه مطبوعات این بیماری حرفه ای را همواره نکوهیده است.

۳. جلوگیری از انتشار نوشتار و گفتار به دو علت است که یکی جنبه مثبت دارد و آن را «نظارت» می نامیم و دیگری جنبه منفی که همان سانسور است. در بخش خودسازی نیز از جنبه مثبت آن به تقوا و عدالت تعبیر می کنیم و از جنبه منفی آن، مفهوم محافظه کاری، خجالت و سازش به ذهن می رسد. به جز کسانی که به آزادی مطلق انسان بدون هیچ قید و بند قائل هستند، کمتر کسی با مسئله نظارت مخالفت می کند. بر این اساس، بیشتر مباحث و اختلاف ها هنگام مخلوط شدن مرزهای نظارت مثبت و سانسور منفی و بسته به چگونگی و شرایط اجرای آن پیش می آید.

بیشتر بحث کنندگان در پی این بوده اند که برای اجرای صحیح و دقیق نظارت و جلوگیری از سقوط در گرداب سانسورهای سلیقه ای و منفی، اهرم ها و روش های مناسب را بیابند.

۴. در ورای سانسور، مفهوم قدرت نهفته است. هر چند عوامل سانسور را مختلف شمرده و در این زمینه از ایدئولوژی، قدرت و نهادهای عُرفی نام برده اند، این قدرت ها هستند که در نهایت موفق به اِعمال سانسور می شوند. بدیهی است هر قدرتی معمولاً به پشتوانه یک ایدئولوژی خاص به سانسور دست می زند، ولی ایدئولوژی به طور مستقل از قانون، قدرت اجرایی و عملی شدن ندارد. البته قدرت همیشه در متن دولت ها تجلی نمی یابد، بلکه قدرت های اقتصادی و فرهنگیِ پشت پرده نیز برای حفظ منفعت های خود، دست به سانسور می زنند.

ص: ۷۳

### دو ـ نظارت

#### اشاره

دو ـ نظارت

کنترل مثبت را «نظارت» نام نهاده ایم که در حیطه مطبوعات به «ممیزی» معروف است. این بحث، موافقان و مخالفانی دارد که ما دلایل موافقان را با عنوان «ادله مشروعیت نظارت» مطرح می کنیم. گفتنی است تمامی مخالفان، با همه این ادله مخالف نیستند، بلکه در کیفیت اجرا و شیوه عمل بحث دارند.

### ادله مشروعیت نظارت

#### اشاره

ادله مشروعیت نظارت

زیر فصل ها

اول ـ جلوگیری از هرج و مرج

دوم ـ امر به معروف و نهی از منکر

سوم ـ تعارض حقوق

#### اول ـ جلوگیری از هرج و مرج

اول ـ جلوگیری از هرج و مرج

انسان ها با هر نظر و سلیقه ای، نظم را می پسندند. حتی هرج و مرج طلبان نیز اگر اهداف شان دستخوش دگرگونی و بی نظمی شود، دیگر خواهان آن نیستند. بر این اساس، در اسلام، در صورت نبودن حاکم عادل، تن دادن به حاکم جور تجویز شده است تا از هرج و مرج جلوگیری شود. امام علی علیه السلام در نهج البلاغه می فرماید:

مردم به زمام دار نیازمندند، خواه نیکوکار باشد، خواه بدکار تا مؤمنان در سایه حکومتش به کار خویش سرگرم و کافران هم بهره مند شوند و مردم در دوران حکومت او زندگی کنند.(۱)

علما نیز در تعطیلی برخی احکام، از اصل عقلایی «جلوگیری از اختلال نظام» کمک می گیرند. از این رو، اگر بنا باشد هر شخص و گروهی، هر سخنی را با هر پی آمدی تنها با عنوان آزادی مطرح سازد و به افکار

۱- نهج البلاغه، خطبه ۶.

واحساسات و آبروی دیگران بی احترامی کند، هرج و مرج فکری و روانی پدید خواهد آمد و نظم و آرامش عملی اجتماع نیز بر اثر اختلال افکار، مختل خواهد شد. به همین دلیل، جوامع، چارچوب استانداردی را در این زمینه پایه ریزی کرده اند تا معیار مطلوب رعایت شود.

### دوم _ امر به معروف و نهی از منکر

دوم _ امر به معروف و نهی از منکر

در جامعه اسلامی، همه افراد نسبت به یکدیگر مسئولند؛ زیرا پاک سازی جامعه از مفاسد و موانع گسترش دین و دین داری، همیاری تمام افراد جامعه را می طلبد. در روایت ها آمده است: «هرکس امر به معروف و نهی از منکر کند، جانشین خداوند و جانشین رسول خدا صلی الله علیه و آله و جانشین کتاب خداست».(1)

اگر این دو وظیفه، صحیح انجام شود، جامعه از سقوط به پرتگاه نیستی نجات می یابد و به سوی اوج تکامل انسانی پر خواهد گشود. درباره ضرورت و اهمیت این دو فریضه که از فروع دین هستند، آیات و روایت ها و بحث های فقهی فراوانی داریم که بیان تمام آنها در این فرصت ممکن نیست. در روایتی، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله فرموده است: «کُلُّکُمْ راعٍ وَ کُلُّکُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِیَّتِهِ.»(2) بنابر این روایت، هر مسلمانی موظف است تا در برابر منکر ایستادگی کند و برای جلوگیری از رواج آن بکوشد.

با نگاهی به فهرست منکرات از دیدگاه قرآن درمی یابیم که نظرهای ضد



---

1- مجمع البیان، ج۲، ص ۳۵۹.

2- محمدباقر مجلسی، بحارالانوار، ج ۷۵، ص ۳۸.

دین، نظیر کفر، مخالفت با راهنمایان دینی، عقیده سپری شدن زمان دین، توجه به تبلیغات باطل و تأثیرپذیری از آن با راه هایی مانند گوش فرا دادن به رادیوهای بیگانه، انکار وجود روح و آخرت، تقویت باطل و پشت کردن به دین و کارهای فسادانگیز مانند تبه کاری، قتل، دزدی، شایعه پراکنی، نفاق، دورویی، عصیان، ستم کاری و... همگی جزو منکرات هستند و به عفت و سلامت اخلاقی جامعه آسیب می زنند.(۱)

برخی افراد، در بحث راه حل های رفع سانسور، این کار را برعهده نهادهای عُرفی گذارده اند تا نظارتِ مشروع باشد، نه سانسور نامشروع. در هر حال، اگر بپذیریم که مطبوعات و به طور کل، جامعه باید به امر به معروف و نهی از منکر به عنوان یک ارزش اخلاقی توجه کنند، نظارت نهادهای قانونی و مشروع بر فعالیت و عملکرد مطبوعات و جلوگیری از نشر مطالب مخالف با ارزش های جامعه در آنها یا تشویق مطبوعات به تبلیغ و گسترش ارزش ها، راهکاری مناسب جهت رواج عملی فریضه امر به معروف و نهی از منکر در جامعه خواهد بود.

### سوم _ تعارض حقوق

سوم _ تعارض حقوق

مخالفان امر نظارت، به این علت سانسور را زشت می پندارند که آن را مخالف و معارض با آزادی های انسانی می دانند. در میثاق بین المللی حقوق مدنی و سیاسی آمده است:

همه حق آزادی بیان دارند. این حق شامل آزادی تفحص، تحصیل، اشاعه اطلاعات و افکار از هر قبیل بدون توجه به سر حدات است، خواه شفاهی، خواه به شکل نوشته و چاپی یا به صورت هنر یا هر



---

۱- فهرست معروف و منکر با استفاده ازسوره مبارکه آل عمران، آیه های ۱۱۰ _ ۲۰۰.

وسیله دیگری است.(۱)

با وجود این، روشن است که حقوق فردی هر شخص در بسیاری موارد با حقوق فردی دیگران در تعارض است و این اشکال درباره حقوق عامه نیز صحت می یابد. ازاین رو، وجود صِرفِ آزادی در بیان عقاید، نمی تواند دلیل و میزانی برای سلب نظارت باشد.

## سه _ خودسانسوری

سه _ خودسانسوری

معمولاً ـ در نظام هایی که سانسور منفی و مخرب وجود دارد، افراد و سازمان ها برای اینکه از تعرض در امان بمانند، به خودسانسوری پناه می برند. این شیوه بیشتر در مطبوعات رخ می دهد؛ زیرا در نشر کتاب ها معمولاً سانسور پیش از چاپ انجام می شود، ولی در مطبوعات، مدیرمسئول و افراد زیردست او، در برابر مطالب درج شده در جراید خود مسئولند. بنابراین، می کوشند خود را با معیارهای تعیین شده سانسورکنندگان هماهنگ سازند، هرچند در این کار مشکلات روحی و روانی و حقوقی زیادی رخ می نماید.

نظارت، مبنایی مشروع و موجه دارد، ولی در مقام اجرا، به دلیل مشخص نبودن مرزها و درنتیجه، رفتارهای سلیقه ای، خبرنگاران و نویسندگان دچار سردرگمی می شوند. پس برای فرار از مشکلات بعدی به ورطه احتیاط بیش از حد و خودسانسوری شدید می افتد. در این حالت، به دلیل وجود موانع بسیار برای نشر مطالب، به طور طبیعی از انتشار برخی مطالب توهین آمیز و تحریک کننده و غیراخلاقی جلوگیری می شود، ولی این بار از ناحیه دیگری



---

۱- اسماعیل مدنی، مبانی شناخت، تهران، گویش، ۱۳۸۱، چ ۱، ص ۱۵.

برای مطبوعـات و رسـانه هـا، مشـكل اخلاقی پديـد می آيـد. می دانيم كه مطبوعـات در انجام وظايف حرفه ای خود در برابر مخاطبان، تعهـد اخلاقی دارند. حال اگر مطبوعات به اين تعهد اخلاقی عمل نكنند، ديگر چگونه می توان كار آنان را اخلاقی دانست.

در پايان، بايـد دانست لازمه خودسانسوری هميشه سـلطه قـدرت نيست، بلكه در اسـلام، انسان ها موظفند اعمال خود را كنترل كنند كه ما آن را در اينجا عدالت، تقوا و مفاهيم مشابه می دانيم.

## ب) امپرياليسم خبری و مطبوعات1

### اشاره

ب) امپرياليسم خبری و مطبوعات(1)

يكی ديگر از آسـيب هـايی كه به طور برنامه ريزی شـده و هـدايت يافته، تمام رسانه ها و به ويژه مطبوعات را در بيشتر جوامع تهديد می كند، سيطره نامحسوس، ولی تأثيرگذار امپرياليسم خبری است.

اطلاع رسانی و وسايل ارتباط جمعی از جمله مطبوعات، نقش مهمی در حيات نظام سرمايه داری غرب، ايفا می كنند، به گونه ای كه می توان گفت به ماننـد شـريان خون در بدن انسان هسـتند. از اين رو، نظام سـرمايه داری همواره می كوشد تا در سايه سلطه بر ابزار اطلاع رسانی، قـدرت سياسـی و اقتصادی امپرياليسم را حفظ كنـد. بـدين منظور، با حاكميت بر بنگاه های خبری جهان درصدد است افكار عمومی جهانی را در جهت اهداف خود هدايت كند. در طول تاريخ نيز رهبران و حاكمان سلطه جو در پی تغذيه فرهنگی و فكری



---

۱- اين قسـمت خلاـصه ای از مقـاله زير است: محمـدجواد نوروزی، نقش امپريـاليسم خبری در شـكل دهی به افكـار عمومی، رويكرد اخلاقی در رسانه ها، ج۱، صص ۱۶۵_۲۰۳.

مردم خود بوده و کوشیده اند جریان خبررسانی را در انحصار خود قرار دهند و دیگران را که درصدد آگاه کردن مردم برمی آیند، منزوی کنند.

قرآن کریم از زبان فرعون بیان می کند که او تلاش می کرد ملت خود را در ناتوانی نگه دارد. یکی از ابعاد این استضعاف، ضعف فکری بود. آن گاه که حضرت موسی کوشید قوم بنی اسرائیل را از سلطه فرعون نجات دهد؛ فرعون هم بر آن شد تا با دادن اطلاعات غلط به قوم خود، مردم را از گرایش به موسی بازدارد: «همانا فرعون در زمین تکبر و گردن کشی کرد و میان اهل آن سرزمین تفرقه و اختلاف افکند و ضعیف کرد بنی اسرائیل را.» به این ترتیب، باید دانست که باطل همواره تداوم حیاتش را در پنهان سازی خود در پوشش حق یافته است.

## یک _ ماهیت امپریالیسم خبری

یک _ ماهیت امپریالیسم خبری

در جهان امروز، چهار خبرگزاری بزرگ جهانی با ایجاد انحصار خبری، در تلاشند تا مردم جهان را تحت تأثیر خود قرار دهند. این خبرگزاری ها که به سه کشور امریکا، انگلیس و روسیه وابسته هستند، روزانه بیش از چهل میلیون کلمه خبر در سطح جهان پخش می کنند. چهارپنجم خبرهای بین المللی مطبوعات کشورهای جهان سوم از طریق همین خبرگزاری های بزرگ تأمین می شود. ازاین رو، به ظاهر در سطح جهان، منابع خبری گسترده و متفاوتی وجود دارد، ولی درحقیقت، نوعی وحدت بر آنها حکم فرماست و از منشأ واحدی تغذیه می شوند. به عبارت دیگر، مخاطبان، اطلاعات خود را از طریق این چهار خبرگزاری که در قالب رسانه ها و مطبوعات گوناگون

در اختیار مردم جهان قرار می گیرند، دریافت می کنند.(۱)

غرب برای ایجاد سلطه انحصاری خبری و گسترش امپریالیسم خبری، دکترین «جریان آزاد اطلاعات» را در دهه های پس از جنگ جهانی دوم، مطرح کرد. هدف امریکا از طرح این مسئله، اثبات برتری مؤسسه های مطبوعاتی و خبرگزاری های امریکایی در برابر سه دولت بزرگ اروپایی بود. ازاین رو، «کنفرانس بین المللی آزادی اطلاعات»، در اوایل سال ۱۹۴۸ با حمایت امریکا تشکیل شد. پس از چندی، کشورهای غیرمتعهد در قالب «سازمان یونسکو» در برابر این مسئله ایستادند و غرب را به ایجاد سلطه انحصاری و صدور فرهنگ خود به کشورهای جهان سوم متهم ساختند.(۲)

امپریالیسم خبری بر پایه اصولی از جمله اصالت انسان استوار شده است که براساس آن، انسان، معیار تشخیص حق و باطل است و به هر آنچه مستند به خداوند و امور ماورای طبیعی است، شک می کند. افزون بر این، بنیاد امپریالیسم خبری، در قلمرو اخلاق مطبوعاتی بر نسبیت اخلاق استوار است. هیچ ارزش اخلاقی در این ساختار فکری یافت نمی شود و مفاهیم اخلاقی و ارزشی پیرو قدرت و منافع اشخاص هستند.(۳) خواست و هدف شکل گیری امپریالیسم خبری، استثمار جهان سوم و پیش فرض غربی ها در این رابطه،



---

۱- محمدحسین ذورق، آیین برنامه سازی، تهران، سروش، چ ۱، ص ۴۸.
۲- روزنامه اطلاعات _ ۷/۱۰/۱۳۶۵ (قابل دست یابی از طریق لوح فشرده حاوی مطالب روزنامه که مجهز به جست وجوست).
۳- سیدجعفر طباطبایی یزدی، زمانه امپریالیسم در روزگار خبر، تهران، آیین نو، چ ۱، صص ۱۰۱ و ۱۴۲.

سلطه جویی در جهان است.

## دو _ اهداف امپریالیسم خبری

### اشاره

دو _ اهداف امپریالیسم خبری

امپریالیسم خبری با ایجاد انحصار خبررسانی در سطح جهان که امروزه یکی از پایه های قدرت غرب به شمار می رود، اهدافی را دنبال می کند. مهم ترین این اهداف که در عمل، به اخلاق مطبوعاتی آسیب می زند، عبارتند از:

### اول _ تحمیل و تحکیم و حاکمیت ارزش های غربی

اول _ تحمیل و تحکیم و حاکمیت ارزش های غربی

فرهنگ سازی یکی از کارکردهای مؤثر و ماندگار وسایل ارتباط جمعی از جمله مطبوعات است. امپریالیسم خبری، این نقش را با ابزار تبلیغ و القای ارزش های غربی و در نتیجه، وابستگی فرهنگی جوامع، در اختیار خود می گیرد. یکی از این اهداف، اثبات برتری تفکر غربی و تلاش برای القای آن در ذهن جهانیان است، به گونه ای که در نهایت، شیوه های زندگی غربی و نوع جهان بینی غربی در جهان حاکم شود و از این طریق، اصحاب قدرت بتوانند به منافع نامشروع خود دست یابند.(۱)

آیزنهاور، رئیس جمهور پیشین امریکا، پس از جنگ جهانی دوم، به صراحت اعلام کرد که بزرگ ترین جنگی که پیش رو داریم، جنگی است برای تسخیر اذهان انسان ها. به همین علت، آنها با تمام تلاش به سوی این هدف در حرکتند که در عقاید و افکار جهان نفوذ کنند و آن را به تسلط خود درآورند. بر این اساس، امپریالیسم خبری می کوشد با سیطره بر

ص: ۸۱

---

۱- سیدمحمد دادگران، مبانی ارتباطات، تهران، قلم نو، ص ۵۷.

مطبوعـات جهـان، فرهنـگ و سـنن خود را در این کشورهـا رواج دهـد و از شـگردهای مختلفی برای ایجاد شـبهه در عقایـد و حقایق بهره می برد و هدف های خود رادر پوششی از حقیقت، اجرا می کند.

### دوم ـ مخدوش ساختن چهره فرهنگی ملل محروم و جهان سوم

دوم ـ مخدوش ساختن چهره فرهنگی ملل محروم و جهان سوم

این امر برخاسـته از جوهره و روح اسـتکباری است که همواره خود را برتر از دیگران می بینـد و در پی از بین بردن و ضـعیف کردن تمام پدیـده هایی است که در رویارویی با او قرار دارنـد، از جمله فرهنـگ ملل آزاده جهان. امروزه بسـیاری از کالاهای فرهنگی غرب، بـا هـدف بی اسـاس جلوه دادن فرهنـگ جوامع دیگر تولیـد می شود. برای نمونه، محافـل غربی در سـال هـای جنگ تحمیلی عراق بر ضـد ایران، فیلم ها و نوشـته های گوناگونی را تولیـد کردند. از آن جمله، فیلم «بدون دخترم هرگز» را می توان نام برد که درصدد تحقیر ارزش های اخلاقی و فرهنگی ایران بود.

در طول تاریـخ نیز هرگاه مسـتکبران درصـدد جهت ضـعیف ساختن نیروهای حق طلب برمی آمدنـد و توان درگیری و مبارزه مستقیم با آنان را نداشتند، اهداف و آرمان های آنها را تغییر می دادند. برای نمونه، با تبلیغات مسموم، اذهان مردم را نسبت به پیام الهی پیامبران مخدوش می ساختند.

### سوم ـ مشروعیت بخشی به ساختار سیاسی و فرهنگی حاکم برغرب

سوم ـ مشروعیت بخشی به ساختار سیاسی و فرهنگی حاکم برغرب

یکی دیگر از هـدف های امپریالیسم خبری، حق جلوه دادن ساختار سیاسـی ـ فرهنگی غربی است. یکی از اندیشـمندان غربی در کتابش می نویسد:

مهم ترین هـدف شـیوه هـا و ابزارهای خبررسانی و مطبوعاتی غرب، حرکت در جهت تثبیت منافع حاکم بر غرب است. وسایل ارتباط جمعی

و مطبوعـات، درحقیقت، بـازوی فرهنگی نظـام سـرمایه داری غرب است. به همین دلیل، اخباری که امپریالیسم خبری در قالب رسـانه هـا و مطبوعات ارائه می دهنـد، ناظر بر منافع کارفرمایان و سـرمایه داران غربی و سـرشار از جانب داری و به دور از بی طرفی است.(۱)

## سه ــ شیوه های امپریالیسم خبری در شکل دهی به مطبوعات و افکار عمومی

### اشاره

سه ــ شیوه های امپریالیسم خبری در شکل دهی به مطبوعات و افکار عمومی

امپریالیسم خبری مدعی آزادی مطبوعات و بی طرفی آنها در این باره است، ولی نگاهی به عملکرد و شـیوه های اطلاع رسانی آن نشان می دهد که آزادی مطبوعات، شعاری بیش نیست. این شبکه گسترده خبری برای هدایت و سامان دهی افکار عمومی در جهت خواسته های نامشروع خود، از تهیه خبر تا انتشار آن، کنترل ها و گزینش های بسیاری را اعمال می کند. برخی شیوه های امپریالیسم خبری عبارتند از:

### اول ــ گزینش اطلاعات

اول ــ گزینش اطلاعات

گزینش اخبار و اطلاعات، یکی از شیوه های رایج رسانه های خبری و مطبوعات در شکل دهی به افکار عمومی است. با چنین راهکاری، بسـیاری از حقایق و اخبار و اطلاعات مورد نیاز مخاطبان، به آنها نمی رسد و آنها از دانسـتن بخش هایی از حقیقت محروم می شونـد؛ آن هم به انتخـاب و هـدایت کسانی که با هـدف حمایت از منافع سـرمایه داری، چنین رونـدی را دنبال می کنند. بی گمان، این روند با اخلاق مطبوعاتی سازگاری ندارد و آسیب جدی به آن وارد می کند.

برای مثال، اخباری که در طول سال های ۱۹۷۸ و ۱۹۷۹ میلادی، هم زمان



---

۱- یونس شکرخواه، مقاله «عوامل مؤثر بر گزینش اخبار مطبوعاتی»، نشریه رسانه، سال دوم، ش ۱، ص۳۹.

با سقوط شاه و پیروزی انقلاب اسلامی تهیه شده، بیان کننده نقش مبانی نظری دخالت امپریالیسم خبری در شکل دهی به مطبوعات غربی است. این خبرنگاران و خبرگزاری ها و مطبوعات، از مبارزان مسلمان که برای آزادی تلاش می کردند، با عنوان مُتعصبین مذهبی یاد کردند. روزنامه لوس آنجلس تایمز در این زمینه نوشت:

شاه در جهت غربی کردن کشور نفت خیز و ضدکمونیست ایران و کاستن از نفوذ سنتی روحانیان می کوشد و افراطیون مذهبی به خاطر مخالفت با این سیاست ها، بیشتر تظاهرات را سامان دهی می کنند.(۱)

افزون بر این، تا مدت ها پس از سقوط شاه، گزارشی درباره پایگاه مردمی رهبر انقلاب، در مطبوعات انگلیس چاپ نشد و آنها رخدادهای ایران را تنها از زاویه بی کار شدن کارگران انگلیسی و متضرر شدن شرکت هایی که با ایران قرارداد بسته بودند، بررسی می کردند و مصایب ملت ایران را نادیده می گرفتند. مطبوعات امریکایی نیز بی طرفی را رعایت نمی کردند و درحالی که افراد زیادی در جریان تظاهرات به شهادت می رسیدند، مطبوعات این کشور از پایگاه وسیع مردمی رژیم خبر می دادند.(۲)

در این میان، از نقش دولت ها در ایجاد این آسیب اخلاقی در مطبوعات و رسانه ها به سادگی نباید گذشت. این کار آنها با هدف مشروعیت بخشی به وضعیت موجود و حفظ قدرت صورت می گیرد، اگرچه در پوشش حفظ



---

۱- عباس زرشناس، نقش مطبوعات در تحولات سیاسی، تهران، پارسی، چ ۱، ص ۱۹.

۲- همان.

منافع ملی مطرح می شود. برای مثال، در جامعه امریکا، بیشتر مطبوعات و وسایل ارتباط جمعی به طور مستقیم یا غیرمستقیم زیر نفوذ صهیونیست های یهودی است. البته نقش سازمان سیا (CIA) را نباید از یاد برد؛ زیرا بیش از ۳۱ بودجه این سازمان جهت تبلیغات و تأثیر گذاری و هدایت مطبوعات و رسانه ها در خارج از کشور هزینه می شود.(۱) از عملکردهای سیاسی این سازمان، انتخاب روزنامه نگاران از کشورهای آفریقایی و آسیایی و تربیت آنها در دانشگاه های امریکاست. بدیهی است این افراد در کشورهای خود قادرند به طور مستقیم، به دست عناصر خود به انتشار نشریه بپردازند یا به شکل غیرمستقیم و از طریق نفوذ در هیئت های نویسندگی و کادر خبری نشریه ها حضور فعالی داشته باشند. بر اساس افشاگری مجلس سنای امریکا، سازمان سیا در دهه ۱۹۷۰ بیش از ۲۴۰ نمایندگی و ایستگاه رادیویی یا روزنامه، مجله و مؤسسه انتشاراتی در سراسر جهان برپا کرده بود.(۲)

## دوم _ شایعه پراکنی

دوم _ شایعه پراکنی

امپریالیسم خبری، همیشه در تبلیغات خود، وجود یک دشمن خیالی را قطعی جلوه می دهد و از طریق شایعه پراکنی، تلاش در مخدوش جلوه دادن چهره او دارد. در این حالت، آنچه اصلاً وجود خارجی ندارد، به عنوان واقعیت نمود می یابد. به این ترتیب، با توجه به ضعف عملکرد رسانه ها در جهان سوم، امپریالیسم خبری فرصت می یابد تا با جعل و تحریف، رخدادها



---

۱- مجله پیام انقلاب، ۲۴/۴/۱۳۶۰، ص ۱۰.

۲- روزنامه کیهان، ش ۱۲۹۵۷، ۱۹/۱۱/۱۳۶۵، ص ۸ .

و حقـایق را وارونه جلوه دهـد. البته یکی از شـگردهای آنان، این است که از دروغ های آشـکار کمتر بهره می برنـد. با وجود این، اخبار را چنان ماهرانه تحریف می کننـد که دریافت کننـدگان خبر، همان نتایج موردنظر سـیاست مداران و صاحبان زر و زور را دریافت و اجرا می کنند.

## سوم ــ کاربرد شیوه های القایی

سوم ــ کاربرد شیوه های القایی

در تبلیغـات القایی، همیشه یک بخش محرمانه وجود دارد که هـدف تبلیغات القایی است و مخاطب مطبوعات بی آنکه متوجه شـود، از فهمیـدن و دانسـتن بخشـی از حقیقت محروم می شـود. بخش هـای دیگر آن را نیز آن گونه که مورد نظر امپریالیسـم خـبری است، فهم و درک می کنـد. در این راهبرد، نهـایت بهره وری از عامـل تزویر انجـام می گیرد. بـدین منظور، از آخرین یافته های دانش روان شناسی و دیگر علوم انسانی، جهت دست یابی به این اهداف بهره می برند.

امپریالیسم خبری می کوشـد تا با مطالعه درباره ترکیب سـنی افراد جوامع، پراکندگی قوم ها، نوع مذهب، تنوع لهجه و گویش و فرهنگ و سـنت ها، شرایط حاکم بر جامعه را ارزیابی کند و بر اساس آن، شیوه های مزوّرانه خود را به کار بندد. همچنین با برجسـته سازی بیش از حـد اطلاعات و اخبار هیجان انگیز و غرض آمیز تلاش می کنـد افکار جوامع را از حقایق و رخدادهای دیگر دور سـازد. امپریـالیسم خبری بـا این راهبرد، موفقیت هـای اقتصادی و اجتماعی را بیان نمی کنـد و برعکس، به دشواری های رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه اشاره می کند و به بررسی جزئیات آن می پردازد.

ص: ۸۶

## چهار ـ روش های مبارزه با امپریالیسم خبری و حفظ ارزش ها و اخلاق مطبوعاتی

### اشاره

چهار ـ روش های مبارزه با امپریالیسم خبری و حفظ ارزش ها و اخلاق مطبوعاتی

زیر فصل ها

اول - بیان حقایق و واقعیت ها

دوم ـ تعمیق بینش سیاسی و افزایش قدرت تعقل در مخاطبان

سوم ـ همکاری های کشورهای مورد هجوم با یکدیگر

### اول – بیان حقایق و واقعیت ها

اول - بیان حقایق و واقعیت ها

یکی از شیوه های امپریالیسم خبری، جعل و تحریف واقعیت های اجتماعی است. رسانه ها و مطبوعات کشورهای جهان سوم برای مقابله با این شیوه باید بکوشند حقایق را به طور کامل و دقیق در اختیار مخاطبان خویش قرار دهند، با این امتیاز که یک گام جلوتر از آن خواهند بود که مطبوعات و رسانه های غرب فرصت وارونه کردن حقایق و عرضه آنها به جامعه را بیابند. در جوامع اسلامی، توجه به محتوای برنامه ها و بیان منسجم ایدئولوژی اسلامی از سوی رسانه ها که امروزه به طور پراکنده شکل می گیرد، یکی از راه های رویارویی با این شیوه به شمار می آید. البته جهان اسلام در این زمینه، الگوی موفق جهانی ندارد و تبلیغات در جوامع اسلامی تحت تأثیر فرهنگ غرب است؛ زیرا از ابتدا، الگوی کامل و موفقی در این زمینه وجود نداشته است.

### دوم ـ تعمیق بینش سیاسی و افزایش قدرت تعقل در مخاطبان

دوم ـ تعمیق بینش سیاسی و افزایش قدرت تعقل در مخاطبان

برای ایستادگی در برابر امواج پرآسیب امپریالیسم خبری که متوجه مردم جوامع جهان سوم است، باید قدرت تعقل و اندیشه و بینش سیاسی مردم را به حدی بالا برد که کمتر تحت تأثیر آنها قرار گیرند. داشتن شمّ سیاسی، توانایی تحلیل اخبار، تشخیص خبر صحیح از ناصحیح و برخورد علمی و حساب شده با اخبار مطبوعات، می توانند مانع تأثیرگذاری شیوه های تبلیغی امپریالیسم شوند.

در بسیاری از منابع اسلامی، به تفکر، تدبر و تعقل در خبر تأکید زیادی شده است، چنان که امام علی علیه السلام در برخورد با اخبار، بر تعقل تأکید فرموده

است و همگان را از نقل خبر بدون تعقل منع می کند.(۱) این امر یادآور چند نکته است، از جمله همگان را به اندیشیدن در اخبار، عمیق شدن در آن و دوری گزیدن از ظواهر لفظی اخبار فرا می خواند. امپریالیسم خبری با تحریف و وارونه جلوه دادن اخبار و نیز بیان آنها در قالب پر زرق و برق، درصدد بازداشتن مخاطبان خود از اندیشیدن عمیق در محتوای اخبار است. با این حال، با استفاده از روش های مناسب رویارویی می توان از این آسیب های اخلاقی در مطبوعات تا حد چشم گیری جلوگیری کرد.

### سوم ـ همکاری های کشورهای مورد هجوم با یکدیگر

سوم ـ همکاری های کشورهای مورد هجوم با یکدیگر

یکی از راه های مقابله با انحصار خبری غرب و ارسال خبر به شکل عمودی از شمال به جنوب؛ (یعنی از سوی کشورهای توسعه یافته به کشورهای جهان سوم)، آن است که کشورهای در حال توسعه، کشورهای اسلامی و کشورهای جهان سوم، با شناخت و درک این معضل، همکاری خبری و مطبوعاتی را میان خودشان گسترش دهند تا انحصار در عرصه تغذیه خبری مطبوعات تا آنجا که ممکن است، شکسته شود.

فقر و بی سوادی، از عوامل مهم توسعه نیافتن ارتباطات و مطبوعات در این گونه کشورها به شمار می آیند. از سوی دیگر، نابرابری و ناکافی بودن ارتباطات، ناشی از ناهم گونی جهان مورد هجوم امپریالیسم خبری است که باید برای رفع آن کوشید و با تشکیل خبرگزاری های قدرتمند اسلامی یا



---

۱- نهج البلاغه، فیض الاسلام، ترجمه: سیدجعفر شهیدی، حکمت ۹۴.

وابسته به کشورهای در حال توسعه، منابع قابل اعتماد و مقتدری برای مطبوعات این کشورها ایجاد کرد.

### ج) ژورنالیسم منفی و نظریه اقتصاد آزاد

ج) ژورنالیسم منفی و نظریه اقتصاد آزاد

تأسیس، مدیریت و سامان دهی یک نشریه، مانند هر فعالیت اجتماعی دیگر، نیازمند بودجه و سرمایه ای است که در کنار نرم افزار موجود، لوازم سخت افزاری مورد نیاز را فراهم آورد. به این ترتیب، فعالیت مطبوعاتی و انتشار روزنامه و مجله به سبب ضرورت وجود دستگاه های پرهزینه چاپ، هزینه پخش، هزینه تهیه مطالب، هزینه محل استقرار کارکنان و هزینه تهیه کاغذ، ازجمله فعالیت های پرهزینه اقتصادی به شمار می رود که صاحبان و اداره کنندگان آن باید برای تأمین این نیازهای مالی، شیوه و سیاست مناسبی پیدا کنند. به طور عمده، با فروش نشریه ها یا انتشار آگهی های بازرگانی و غیربازرگانی، منابع مالی مطبوعات فراهم می آید. با این حال، اقتصاد آزاد که در بسیاری از بخش های جوامع امروز، با هدف به حداکثر رساندن سود در فعالیت های اقتصادی آن هم در هر شرایطی حاکم شده است، سبب می شود صاحبان مطبوعات به دلیل انگیزه های مادی از مسیر شایسته و اخلاقی، منحرف شوند و بخواهند به بهای فدا کردن ارزش های اخلاقی حرفه ای، به سودهای کلان دست یابند. این مسئله بارها در طول تاریخ مطبوعات، رخ داده است. انتشار برخی اخبار و گزارش های غیراخلاقی یا حتی منافی عفت عمومی، می تواند در کوتاه مدت، شمارگان نشریه ها را به صورت چشم گیری افزایش دهد، ولی ره سپردن در این جاده، پی آمدی جز سقوط در سراشیب ابتذال و گمراهی ندارد.

ص: ۸۹

کمک های غرض آلود صاحبان قدرت به برخی مطبوعات نیز آسیب دیگری است که با توجه به هدف مطبوعات؛ یعنی کسب درآمد بیشتر، به کمک کنندگان این امکان را می دهد تا مطبوعات را به مسیر دلخواه بکشانند. نمونه آشکار آن در رقابت های انتخاباتی کشورهای غربی دیده می شود. در این حالت، مطبوعات با گرفتن مبالغی از برخی احزاب یا نامزدهای انتخابات، مطالب نادرست و دور از واقعیت را که خواسته گروه سیاسی موردنظرشان است، منتشر می کنند که این وضعیت، بهبود وضعیت مالی نشریه و گمراهی مردم را در پی دارد.(۱)

این نوع روزنامه نگاری که از آن به «ژورنالیسم منفی» تعبیر می شود، به تدریج تمام معیارهای اخلاقی را به کناری می نهد و برای دست یابی به شمارگان بالاتر و سود بیشتر، حاضر می شود هرگونه مطلب خلافِ واقع یا مخالف پسند عرف را انعکاس دهد. با وجود این، اگر در جامعه ای، مادیات و رسیدن به سود بیشتر، ارزش برتر نباشد، می توان امیدوار بود مطبوعات به چنین آسیبی دچار نشوند. در آموزه های اسلام، به دلیل مسئول دانستن نویسنده در برابر پی آمدهای اجتماعی آثارش، کسی اجازه انتشار هر مطلبی را با هر هدفی، در جامعه نخواهد داشت. به این ترتیب، اسلام به شیوه غیرمستقیم (در صورت اجرایی شدن و حاکمیت بر جامعه) از گسترش پدیده ژورنالیسم منفی جلوگیری می کند.

ص: ۹۰

---

۱- محمد حق پرست، اقتصاد خبر، تهران، نگاه روز، ۱۳۷۸، چ ۱، ص ۲۹.

## فصل ششم: بررسی وضع اخلاق در جامعه مطبوعاتی ایران

### اشاره

فصل ششم: بررسی وضع اخلاق در جامعه مطبوعاتی ایران

پس از شناخت ماهیت اخلاق مطبوعاتی، لازم است با وضعیت و جایگاه اخلاق در مطبوعات ایران نیز آشنا شویم. در این راستا با آگاهی از میزان توجه به اخلاق در مطبوعات ایران، به راهکارهای راهبردی مناسب برای گسترش و اجرای هرچه بیشتر مفاهیم اخلاقی در عرصه مطبوعات ایران دست می یابیم. در صورت لزوم، پس از شناخت کاستی ها در این زمینه، شیوه های رهایی از مشکلات موجود را نیز با استفاده از داده های این پژوهش به دست خواهیم آورد.

### فضای مطبوعاتی پیش از پیروزی انقلاب اسلامی

فضای مطبوعاتی پیش از پیروزی انقلاب اسلامی

سیطره کامل سیاست های ضدفرهنگی رژیم پهلوی بر ارکان فرهنگی کشور همچون دیگر بخش های اجتماعی جامعه، سبب شده بود فضای مطبوعاتی کشور نیز ناخواسته گرفتار اهداف سیاسی و سودجویانه رژیم پهلوی شود. این رژیم قصد داشت مطبوعات را از انجام ابتدایی ترین رسالت های مطبوعات، از جمله افشاگری و نقد عملکرد نادرست حاکمان

بازدارد. همچنین می کوشید با در اختیار گرفتن مطبوعات، از آنها به عنوان ابزاری برای توجیه عملکرد نظام و بی خبر نگاه داشتن مردم بهره برداری کند.

در مطبوعات پیش از انقلاب، دو مسئله کاملاً برجسته نمایان بود. نخست، فضای بسته و محدود سیاسی که امکان انتقادگری سیاسی و اجتماعی را در عرصه مطبوعات کاهش می داد. در بسیاری از دوره های تاریخ پهلوی، بررسی نقادانه ای از عملکرد رژیم و مدیران آن، به چشم نمی خورد. به این ترتیب، بخش گسترده ای از رسالت اخلاقی مطبوعات همچون وظیفه اطلاع رسانی، دقیق و کامل به انجام نمی رسید. دومین مسئله، رواج لاأُبالی گری فرهنگی و تبلیغ سرگرمی ها و ارزش های اجتماعی غربی در مطبوعات بود.(۱) سیاست گذاران مطبوعاتی کشور در شرایطی که اجازه طرح مباحث سیاسی، فرهنگی یا مذهبی سازنده را در مطبوعات نداشتند، برای پر کردن این خلأ، به دنبال جای گزین بودند. این جای گزین، آزادگذاشتن مطبوعات در زمینه مسائل خلاف اخلاق و عرف جامعه بود تا هر چه می خواهند بنویسند و هر مطلب خلاف عفتی را منتشر کنند.»

به طور کلی، جریان غالب در این دوره را می توان چنین برشمرد: توجه بیش از حد مطبوعات عامه پسند (که بیشتر عوامل وابسته به حکومت آن را اداره می کردند) به ستاره سازی از هنرپیشگان شناخته شده سینما، انتشار عکس های عریان خوانندگان داخلی و خارجی، تبلیغ روابط دختر و پسر در جامعه (در قالب های نهی شده از سوی اسلام)، رواج داستان های عاشقانه و



---

۱- ابراهیم همتی، نقد فرهنگ پهلوی، انتشارات آذر، ۱۳۶۸، چ ۱، ص ۶۱ .

مبتذل (که گاه از تشریح محرمانه ترین روابط پرهیز نمی شد) و در کل، پرداختن به سرگرمی های بی ارزشی که ذهن جوانان را به خود معطوف می داشت. آنان با دور کردن قشر فعال و اثرگذار جامعه از آموزه های ارزشی و مذهبی، می کوشیدند آنها را از توجه به مسائل مهم اجتماعی و وقایع اطراف و عملکرد حاکمان بازدارند. همچنین با مشغول کردن جوانان به سرگرمی های غیرشرعی که جذابیت هایی نیز برای آنان داشت، از توجه این قشر به روحانیان و مبلغان مذهبی کاستند. به این ترتیب، حکومت پهلوی به یکی از اهداف بزرگ سیاسی خود که دور کردن مردم به ویژه جوانان از دین و عالمان دینی و آموزه های مذهبی بود، نزدیک تر می شد. رژیم به خیال خود با این کار می خواست نیروهای مذهبی و رهبران اعتقادی جامعه را که در طول دوران حاکمیت پهلوی، پیوسته جزو بزرگ ترین منتقدان و اعتراض کنندگان به حکومت بودند، از کانون توجه مردم کنار زند و مهم ترین کانون تهدید بقای حکومت خود را از میان بردارد.(۱)

## فضای مطبوعاتی پس از پیروزی انقلاب اسلامی

فضای مطبوعاتی پس از پیروزی انقلاب اسلامی

اندکی پس از پیروزی انقلاب اسلامی و هم زمان با دگرگونی های اجتماعی و سیاسی که در کوتاه ترین زمان در کشور روی داد، فضای حاکم بر مطبوعات نیز که فضایی مسموم و نگران کننده بود، تغییر کرد. مطبوعات با الهام از باورهای مذهبی و اعتقادی که به شکل فراگیر، در نخستین



---

۱- همان، ص ۷۵.

سال های پیروزی انقلاب اسلامی در کشور رواج یافته بود، در کمترین زمان ممکن از فضای ضداخلاقی پیشین رهایی یافت.

در مدت کمتر از یک سال پس از انقلاب، نشریاتی که با شمارگان بالا و گسترده و در قالب پرداختن به سرگرمی های مبتذل و ضد اخلاقی منتشر می شدند (از نظر گستردگی، بیش از ۷۰ درصد مجموعه مطبوعات پنج سال آخر حکومت پهلوی را تشکیل می دادند)،(۱) تعطیل شدند یا انتشارشان متوقف شد یا تغییر بسیار زیادی در منش و موضوع های مورد توجه آنها ایجاد شد و پاک سازی کامل در آنها صورت گرفت. گفتنی است این حرکت های اسلامی انقلاب، در تمام سطوح نشریه ها از روزنامه ها تا سالنامه ها و در بخش های دولتی و خصوصی انجام گرفت.

با بررسی فضای مطبوعاتی پس از انقلاب، تأثیر انکارناپذیر، عمیق و سریع انقلاب بر عرصه های فرهنگی جامعه، از جمله مطبوعات آشکار می شود. بنابراین، سال های نخستین پس از انقلاب را باید یکی از درخشان ترین و سالم ترین دوره های تاریخ مطبوعات دانست.(۲) این فضا با آغاز دوران هشت ساله دفاع مقدس همچنان حفظ شد و حتی به علت تأثیر فضای مذهبی و روحانی جبهه های نبرد رزمندگان اسلام علیه دشمن متجاوز، در پاره ای دوره ها به صورت چشم گیری تقویت شد. در پشت جبهه و در خاکریزهای فرهنگی، دست اندرکاران فرهنگی کشور بسیار می کوشیدند



---

۱- عباس ندیمی، تاریخ مطبوعات عصر پهلوی، نشر دانش روز، ۱۳۶۴، چ ۱، ص ۱۳۰.
۲- احمد مهدی زنوز، خاطرات روزهای آغازین، نشر فاتح، ۱۳۸۰، چ ۱، ص ۹۲.

ارزش هـای دفاع مقـدس که با آغاز جنگ تحمیلی و طولانی شـدن آن، تا عمق شـهرها و روسـتاهای کشور رسوخ یافته بود و مردم نیز با تکیه بر باورهای مذهبی و میهنی، نسبت به آن حساسیت و علاقه نشان می دادند، هر چه بیشتر حفظ و تقویت شود. در نتیجه، روحیه مقـاومت نیز در جـامعه گسترش می یـافت. این تلاش از آنجـا که بـا حمـایت و خواست مردم همراه بود، در کوتـاه ترین زمـان و با بیشترین تأثیر، به بار می نشـست. بر این اساس، به طور غیرمسـتقیم، از ارزش های اخلاقی در مطبوعات، حمایت صورت می گرفت.

پس از پایـان یافتن هشت سال دفاع مقـدس و آغاز دوران سازنـدگی پس از آن، انـدک انـدک به دلیل توجه خاص دولت به بازسـازی و اصـلاح خسارت های فراوان هشت سال تجاوز دشـمن به کشور، بخش اصـلی انرژی و توان دولت و نظام، صـرف این هدف شد. از سوی دیگر، با پایان یافتن دفاع مقدس، شـرایط و فضای معنوی حاصل از این رویداد نیز در داخل کشور کم رنگ شد، به گونه ای که نسـبت به سال های گذشـته، تغییر محسوسی در سطح جامعه در مورد توجه به ارزش های اخلاقی و مذهبی رخ داد. در کنار این آسـیب های داخلی، دشمنان خارجی به ویژه امریکا و غرب که پس از جنگ هشت ساله، دریافته بودند به اهداف خود در ایجاد سـلطه سیاسـی و فرهنگی در ایران نرسیده اند، جبهه دیگری را فراروی ایران گشودند. آنها این بار کوشـیدند با تمام توان در عرصه فرهنگی، تهاجمی همه جانبه را در پیش گیرنـد؛ تهاجمی که هـدف از آن، ضـربه زدن به اعتقادهای مذهبی، اخلاقی و باورهای ملی و دینی ایران بود.

ص: ۹۵

این تهاجم در عمل، تمام زوایای فرهنگی ایران را هدف قرار داد و در این میان، یکی از ابزارهای مورد استفاده گردانندگان این هجوم، رسانه های گوناگونی بودند که با استفاده از آنها تلاش داشتند با دادن اطلاعات ناقص، غلط و هدف دار، در فرهنگ ایرانیان، انحراف ایجاد کنند. انقلاب اسلامی نیز از آن زمان تاکنون کوشیده است با تمام نیرو در برابر این هجوم ایستادگی کند. با این حال، فعالیت های چندین ساله رسانه های غربی که مخاطبانشان را از میان مردم ایران انتخاب می کنند، ناخودآگاه، برخی روش های غیراخلاقی و سودجویانه رسانه ای را به برخی نشریات و مطبوعات داخلی نیز انتقال داده است. در کنار رنگ باختن فضای مذهبی و مقدس سال های پس از انقلاب، اندک اندک برخی ارزش های اخلاقی نیز در جامعه و به تبع آن در میان مطبوعات به انزوا کشیده شد.

این روند پس از دوم خرداد سال ۱۳۷۶ تشدید شد؛ زیرا از سویی، گسترش کمّی مطبوعات در مقایسه با قبل از آن کاملاً آشکار بود. برای مثال، تعداد روزنامه ها و مجلات از ۷۰۰ عنوان در پایان سال ۱۳۷۵، به حدود ۳۰۰۰ عنوان در پایان سال ۱۳۸۰(۱) رسید. همین نکته سبب شد تا بسیاری از افرادی که سابقه کار در مطبوعات و حتی تخصص، تجربه و تعهد کافی در این زمینه را نداشتند، به این عرصه وارد شوند. اینان بی آنکه آموزش ویژه ای در این زمینه دیده و با حدود و مقررات حرفه ای مطبوعات آشنا باشند، ناخواسته موجب شدند تا مرزهای محتوایی مطبوعات که تا پیش از آن



---

۱- گفت و گو با وزیر ارشاد، روزنامه آسیا، ش ۱۹۲، ۱/۲/۱۳۸۲.

رعـایت می شـد، شکسـته شود. از سوی دیگر، پرداختن به اصول و ارزش هـای دینی و انقلابی نیز در این دوره، رو به کاهش نهـاد. شایـد مهم ترین دلایـل این وضـعیت، دور شـدن از فضـای ارزشـی و انقلابی سـال هـای نخستین پس از انقلاب و دفاع مقـدس، تهـاجم فرهنگی بیگـانه، رقـابت هـای اقتصـادی مخرب جهت دست یابی به سود اقتصادی بیشتر و ورود کارگزاران و نیروهای غیرمتعهد به عرصه مطبوعات بود.

بنا بر پژوهشـی(۱) که «مرکز مطالعـات رسـانه هـای وزارت فرهنـگ و ارشـاد اسـلامی» به انجـام رسانـده است، از میان مطالب صفحه اول ده روزنـامه بررسـی شـده در سال ۱۳۸۰ که قاعـدتا نشان دهنـده کانون توجه و گرایش این نشـریات است، مقـدار مطـالب مرتبـط بـا اصول و ارزش هـای انقلابی و دینی تنهـا بین ۲ تـا ۸ درصـد اسـت. در پژوهش دیگری از همیـن مرکز که محتوای نشـریات مربوط به نسل جوان را بررسی کرده، مشخص شده است که عکس روی جلد یکی از ۷ نشریه بررسی شده، در ۱۰۰ درصد موارد به هنرپیشگان سینما و در نشریه ای دیگر، ۵۰ درصد به هنرپیشگان و ۵۰ درصد دیگر به خوانندگان پاپ اختصاص یافته است.(۲) همچنین اسـتفاده از عکس های بزرگ هنرپیشگان زن سینما در صفحه های نخستین نشریه های عامه پسند و مجله های

ص: ۹۷

---

۱- تحلیل محتوای مهم ترین روزنامه های سراسری، مرکز مطالعات رسانه های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۰.
۲- تحلیل محتوای نشریات جوانان ، مرکز مطالعات رسانه های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۲.

مربوط به جوانان، از دیگر نمونه هایی هستند که در این دوره به شکل فزاینده ای رشد داشته اند.

## نقش عوامل اقتصادی (گیشه) در کم رنگ شدن اخلاق مطبوعاتی در پایان دهه ۷۰ خورشیدی

نقش عوامل اقتصادی (گیشه) در کم رنگ شدن اخلاق مطبوعاتی در پایان دهه ۷۰ خورشیدی

یکی از مهم ترین علت های قابل تحلیل در آسیب پذیری اخلاق در مطبوعات به ویژه در دهه اخیر، عامل اقتصادی و تلاش تعدادی از نشریه ها در جلب مشتری و خواننده بیشتر به هر قیمت بود. با توجه به افزایش تعداد جراید، طبیعتا رقابت میان آنها جهت دست یابی به مشتریان بیشتر و جلب توجه خوانندگان برای ادامه بقا و حضور در عرصه مطبوعات شدت گرفت. در این رقابت، برخی از صاحبان جراید به این نتیجه رسیدند که به خاطر فشار مالی زیادی که برای تهیه و انتشار نشریه خود متحمل می شوند، چاره ای ندارند جز اینکه با افزایش شمارگان و جذب مخاطب بیشتر و فروش بالاتر، از ضرردهی مالی نشریه جلوگیری کنند.

به تدریج، رسیدن به این هدف و رهایی از مشکلات اقتصادی، در برخی نشریات چنان اولویت یافت که این عده بر آن شدند تا برای رسیدن به فروش بیشتر، از مرزها و خطوط قرمز اخلاقی و عرفی که سال ها در مطبوعات، رعایت می شد، پا فراتر بگذارند. از این رو، مطالبی منتشر کردند که تناسبی با اخلاق مطبوعاتی نداشت و گاه در تعارض کامل با آن قرار می گرفت. به این ترتیب، نقل هر مطلب حتی دروغ و بی اساس، از هر منبع ناموثقی یا چاپ اخبار مخالف موازین اخلاقی و استفاده از تصاویر زنان (به

گونه ای که تا آن زمان با عرف مطبوعات سنخیتی نداشت)، گسترش یافت. این کار به ظاهر توانست در دوره هایی، توجه برخی از مخاطبان عام را به این نشریه ها جلب کند و مشکلات اقتصادی آنها را برطرف سازد.

بنابراین، یکی از مهم ترین عواملی که برخی نشریات را به سوی شکستن حریم های اخلاقی گرایش می دهد و آنها را در میدان رقابت و مسابقه ای خطرناک می اندازد، بحث «سودآوری و گرایش اقتصادی» و نگاه سودجویانه در مطبوعات است.

## تأثیر رفتار اخلاقی مطبوعات بر افزایش شمارگان (تیراژ) و استقبال عمومی

تأثیر رفتار اخلاقی مطبوعات بر افزایش شمارگان (تیراژ) و استقبال عمومی

بر اساس نظریه غالبی که در صفحه های پیش به آن پرداخته شد، تعدادی از نشریات تنها راه موفقیت در عرصه مطبوعات را رسیدن به سودآوری اقتصادی می دانند. بنابر این، حاضرند با انتشار هر گونه خبر و گزارشی، به ظاهر و در کوتاه مدت، بر تعداد مخاطبان و میزان توجه مشتریان خود بیفزایند. در مقابل، نگاهی ژرف تر و کارشناسانه به نوع واکنش مخاطبان به مطالب نشریه ها، این حقیقت را آشکار می سازد که برخلاف آنچه معتقدان روش مطبوعاتی یاد شده می پندارند، مردم ایران در بلندمدت، از نشریاتی که خود را متعهد و وفادار به موازین و معیارهای اخلاقی نمی دانند و از مرزهای عرفی و اخلاقی مطبوعات به راحتی عبور می کنند، رویگردان شده است. به همین دلیل، از نشریه ها و مطبوعاتی استقبال می کنند که صادقانه و متعهدانه به کار می پردازند. به این ترتیب، یکی از مهم ترین راهکارهایی که

مطبوعات، برای رسیدن به شمارگان بالاتر و جلب مخاطبان بیشتر می توانند از آن بهره جویند، رفتار صادقانه بر مبنای اخلاق و احترام به ارزش هاست.

در دهه اخیر نشریات انگشت شماری بودند که با پرهیز از مجادله های سیاسی و پرداختن به حوادث و جنجال های اجتماعی و سیاسی، با رعایت اعتدال و احترام و در نظر گرفتن اخلاق مطبوعاتی، برای جلب نظر خوانندگان خود می کوشیدند. آمار نشان می دهد این گونه نشریات، در شرایطی بیشترین شمارگان و بالاترین نرخ فروش را در میان مطبوعات ایران به خود اختصاص داده اند که اخلاق مطبوعاتی را ارج نهاده و خود را به معیارهای آن وفادار دانسته اند. پس یکی از مهم ترین عوامل پیشرفت و موفقیت مطبوعات حتی در عرصه اقتصادی، تعهد به اخلاق مطبوعاتی و احترام به ارزش ها و اصول مورد احترام مردم و مخاطبان است؛ مخاطبانی که خود، بهترین معیار برای درک رفتار اخلاقی مطبوعات هستند.

## سفارش های رهبر معظم انقلاب به مطبوعات

سفارش های رهبر معظم انقلاب به مطبوعات

در پایان این فصل، به فرازهایی از سخنان رهبر فرزانه انقلاب در مورد عملکرد مطبوعات و هماهنگی آنها با ارزش ها و مصالح جامعه، اشاره می کنیم:

مشکل آنجا بروز می کند که آنهایی که اسلام را قبول ندارند، امام را مطلقا قبول ندارند، این نظام را قبول ندارند، از اول، تا توانستند با این نظام جنگیدند و آن وقتی به خانه هاشان رفتند نشستند که دیدند دیگر سلاحشان کُند شده است، اینها بیایند پشت سر کسی یا جمعی پنهان شوند و شروع کنند به دست اندازی به ایمان مردم و آن را هدف قرار دادن. این قابل قبول نیست. من می بینم که برخی از مطبوعات کشور

متأسفانه دستخوش چنین بحرانی هستند که باید خودشان را نجات بدهند. دستگاه های فرهنگی و امنیتی و قضایی کشور در این زمینه موظفند. ما به آزادی بیان و آزادی فعالیت های اجتماعی معتقدیم. اصلاً این مفاهیم و این حقایق را انقلاب و پیشروان انقلاب در این کشور آوردند. این چیزها که در این کشور نبود؛ نه از آزادی بیان خبری بود و نه حتی اسمی نه از آزادی فعالیت های اجتماعی خبری بود. انقلاب اینها را به این کشور آورد. امام اینها را به این کشور هدیه کرد. خون شهدا این چیزها را به این کشور بخشید. کسانی که پیرو خون شهدا و امام هستند، آنها علمداران این مفاهیم اند. در این که شکی نیست، ولی این آزادی، محدود است. حد این آزادی کجاست؟ حدش عبارت است از آن حدودی که اسلام تعیین کرده است. اگر بنا شد کسانی، مردم را به بی ایمانی و به شهوات سوق دهند، آنها در این کار آزاد نیستند. این آزادی خیانت است. اگر کسانی قرار شد بنشینند و توطئه کنند و این توطئه را به شکلی در یک نوشته مطرح کنند، این آزادی توطئه است. این آزادی، مردود است. من بار دیگر هم در اول امسال این هشدار را دادم، این هم بار دوم است. من با مسئولان اتمام حجت می کنم. مسئولان باید در این مورد اقدام کنند. ببینند کدام روزنامه است که از حدود آزادی، پا را فراتر می گذارد. آنچه که برای این ملت مفید است، آنچه که آزادی حقیقی است، آنچه که بیان رأی و عقیده، بدون توطئه است، آن را از توطئه و خیانت و اضلال و ناامیدی جدا کنند.(۱)

کسانی که اهل فکر و نظرند و جایی برای اظهارنظر دارند، باید بدانند چه می گویند و چه می نویسند. مبادا آنها به تبع تبلیغات بیگانه، به گونه ای حرف بزنند که گویی در این کشور، یک فضای استبدادی وجود دارد.



---

۱- روزنامه رسالت، ۲۵/۶/۱۳۷۷.

اگر در کشور خفقان وجود داشته باشد، آیا ممکن است افرادی در مطبوعات رسمی کشور، هر چه می خواهند بر طبق میل دشمن بنویسند و پخش کنند؟ آنها می خواهند دشمن را خوشحال کنند و اگر دل مردم خوبمان شکست، جوانان مأیوس شدند و خون شهدا پای مال شد، از نظر آنها اشکالی ندارد.(۱)

روزنامه ها باید از آزادی به گونه ای استفاده کنند که دل ها و جناح های سیاسی را به یکدیگر نزدیک کنند و گروه ها و جناح های سیاسی نیز اگر واقعا به مبنا و اصولی اعتقاد دارند، باید در عمل، خود را هر چه بیشتر به گروه های رقیب نزدیک سازند. وقتی مردم ببینند که رؤسا و مسئولان کشور با هم، اختلاف دارند و با یکدیگر دشمنی دارند، دلشان می شکند و در این میان متأسفانه برخی روزنامه ها همان نقش بوق های تبلیغاتی خارجی را در به جان هم انداختن گروه های مختلف ایفا می کنند.

ص:۱۰۲

---

۱- روزنامه ایران، ۱۵/۱۰/۱۳۷۷.

(۱)

## فصل هفتم: همراه با برنامه سازان

### اشاره

فصل هفتم: همراه با برنامه سازان

زیر فصل ها

پرسش های مسابقه ای

پرسش های مردمی

پرسش های کارشناسی

سخن پایانی

### پرسش های مسابقه ای

پرسش های مسابقه ای

۱. آیا بر اساس آموزه های دینی و اسلامی، نظارت بر مطبوعات پذیرفته شده است یا خیر؟

الف) بله ب) خیر

۲. کدام یک، از موارد توصیه شده قرآن جهت رعایت در مطبوعات نیستند؟

الف) ایجاد آرامش در جامعه ب)ایجاد هیجان در جامعه

۳. کدام نوع از نشریه ها، دارای فروش و محبوبیت بیشتری در جامعه ایران هستند؟

الف) نشریه های با اخلاق ب) نشریه های جنجال آفرین

۴. آیا اخلاق، در جوامع گوناگون از ماهیتی یکسان برخوردار است؟

الف) بله ب) خیر

۵. علت تغییر و رشد فضای اخلاقی در میان مطبوعات پس از انقلاب اسلامی چه بود؟

الف) توسعه و رشد ایمان و اخلاق در جامعه

ص: ۱۰۳

---

۱- همان، ۵/۱۰/۱۳۷۷.

ب) گرایش های شخصی مدیران مطبوعات

۶. کدام یک از این موارد می تواند از مصداق های اخلاق مطبوعاتی باشد؟

الف) رازداری ب) انتشار اسرار

## پرسش های مردمی

پرسش های مردمی

۱. تعریف اخلاق مطبوعات از دیدگاه شما چیست؟

۲. آیا مطبوعات و نشریه های جنجال آفرین را بیشتر مطالعه می کنید یا مطبوعات و نشریه هایی که پای بندی بیشتری به موازین اخلاقی دارند؟

۳. به عقیده شما، یک نشریه اخلاق مدار، فروش بیشتری خواهد داشت یا نشریه ای که چندان توجهی به این معیار ندارد و تنها با توجه به جذابیت مطلب یا خبر، آن را منتشر می کند؟

۴ . نشریه و مطبوعات مطلوب شما، نشریه ای است که نفع مالی خودش را ترجیح می دهد یا مصالح و منافع جامعه را؟

۵. ویژگی های یک نشریه خوب چیست؟

۶. به نظر شما چرا برخی نشریه ها با اقبال کمتری روبه رو هستند؟

۷. آیا نشریه ها و مطبوعات پرتیراژ و موفق غربی می توانند الگوی مناسبی برای رفتار اخلاقی مطبوعات ایران باشند؟

ص: ۱۰۴

## پرسش های کارشناسی

پرسش های کارشناسی

۱. برای رعایت اخلاق در مطبوعات، قانون و توصیه به حفظ آن مؤثرتر خواهد بود یا تأثیرگذاری اخلاق عمومی جامعه؟

۲. در اروپا و غرب، ذهنیت بیشتر مردم از مطبوعات چگونه است؛ آیا آن را ابزاری خبری می دانند یا وسیله ای برای سرگرمی و استراحت؟

۳. از آیه ۱۴۸ سوره مبارکه نساء که می فرماید: «لا یُحِبُّ اللّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ؛ خداوند کسانی را که آشکارا از بدی (یا به بدی) سخن گویند، دوست ندارد»، کدام اصل اخلاقی مطبوعاتی برداشت می شود؟

۵. در جهان امروز و فضای مطبوعاتی کنونی، چه عاملی بیشترین تأثیر را بر دور شدن مطبوعات از ارزش های اخلاقی دارد؟

۶. آیا می توانید از میان آموزه های مذهبی و سخنان معصومین علیهم السلام، معیارهایی برای یک نشریه اخلاق مدار ارائه بدهید؟

۷. آیا رعایت قانون، همان رعایت اخلاق است و فرد یا نشریه ای که قانون را رعایت کند، درواقع، اخلاق را رعایت کرده است یا اخلاق، دامنه ای گسترده تر دارد؟

۸. چرا مطبوعات ممکن است به رعایت معیارهای اخلاقی توجه کمتری داشته باشند و در چه شرایطی چنین اتفاقی روی می دهد؟

۹ . چگونه می توان نشریه ها را به رعایت اخلاق مطبوعاتی و حفظ ارزش های اخلاقی جامعه تشویق کرد؟

۱۰. پس از پیروزی انقلاب، چه تحولی در وضعیت اخلاقی مطبوعات ایران پدید آمد و عامل این تغییر چه بود؟

۱۱. آیا نظارت عملی بر مطبوعات می تواند به عنوان ابزاری برای رعایت اخلاق در مطبوعات به کار گرفته شود؟

## سخن پایانی

سخن پایانی

از آنچه در این مجموعه گردآوری شد، می توان به این نتیجه رسید که به هر میزان که جامعه بر پایه مبانی اعتقادی و ارزشی بنا شده باشد، اخلاق برخاسته از این اصول نیز از جایگاه ویژه ای در شکل دهی به مناسبات اجتماعی برخوردار خواهد بود. ازاین رو، در جامعه ای نظیر ایران اسلامی که ارکان اجتماعی آن، همه برگرفته از دستورهای مذهبی است و اخلاق حاکم بر جامعه نیز اخلاقی برگرفته از متن شرع است، حدود و مرزهای اخلاقی و رعایت آنها از جانب مطبوعات، درخواست و انتظار اجتماع است. نکته جالب اینکه برخلاف معیارهای مادی و غیرالهی حاکم بر غرب که در عمل، فرار از معیارهای اخلاقی را عامل موفقیت مالی و رمز محبوبیت اجتماعی مطبوعات اعلام می کنند، تجربه عملی به ویژه در جامعه ایران نشان می دهد که پای بندی هر چه بیشتر مطبوعات به معیارهای اخلاقی، سبب افزایش پذیرش و گرایش عمومی و به تبع آن، افزایش شمارگان بوده است. در این میان، دیگر رسانه ها به ویژه صدا و سیما با توجه به گستره وسیع مخاطبان خود و اثرگذاری ویژه ای که در میان جامعه دارد، می توانند در توسعه فرهنگ رعایت اخلاق در رسانه ها از جمله مطبوعات نقش مؤثری داشته باشند.

ص: ۱۰۶

## کتاب نامه

کتاب نامه


* قرآن کریم.

* نهج البلاغه ترجمه: سید جعفر شهیدی.

۱. آلبر، پیر، مطبوعات، ترجمه: فضل الله جلوه، تهران سازمان انتشارات آموزش وپرورش انقلاب اسلامی، چاپ اول، ۱۳۶۸.

۲. بستانی، عبدالمهدی، دایره المعارف بستانی، نشر پاکان.

۳. بلاک، جان، ساختارشناسی رسانه، ترجمه: هادی عباس افضلی، بی جا، بی نا، چاپ اول، ۱۳۷۸.

۴. بیصار، محمد، العقیده و الاخلاق، ترجمه: سید حمید سعادتی، تهران،نشرکتابداران.

۵. تحلیل محتوای مهم ترین روزنامه های سراسری، مرکز مطالعات رسانه های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۰.

۶. تحلیل محتوای نشریات جوانان، مرکز مطالعات رسانه های وزارت ارشاد اسلامی، ۱۳۸۲.

۷. جمعی از نویسندگان، رویکرد اخلاقی در رسانه ها (مجموعه مقالات)، تهران، چاپ اول، ۱۳۷۵.

۸. حق پرست، محمد، اقتصاد خبر، تهران، نگاه روز، ۱۳۷۸.

۹. دادگران، سید محمد، مبانی ارتباطات، تهران، قلم نو، ۱۳۷۵.

۱۰. درودگر، محمد، فرهنگ مطبوعات و مطبوعات فرهنگی، تهران،سالنما، چاپ اول، ۱۳۷۶.

۱۱. دوپر، آس، در جست وجوی اخلاق، ترجمه: حمید مظفر، تهران، رشد نوین،چاپ اول، ۱۳۶۸.

۱۲. ذوالفنون، اسماعیل، چکیده فلسفه غرب، تهران، کانون اندیشه، چاپ اول،۱۳۷۷.

۱۳. ذورق، محمدحسین، آیین برنامه سازی، تهران، سروش، ۱۳۷۸.

۱۴. رسولی، محمد، اخلاق و غرب، تهران، آذین، چاپ اول، ۱۳۷۹.

۱۵. روین، سی ون، آیا رسانه وظیفه اخلاقی دارد؟، ترجمه: مهردادوحدتی، تهران، انتشارات مرکز مطالعات رسانه های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ اول، ۱۳۷۵.

۱۶. زرشناس، عباس، نقش مطبوعات در تحول اجتماعی، تهران، پارسی، ۱۳۶۹.

۱۷. صلح جو، محمد، صنعت رسانه، تهران، بیداری، چاپ اول، ۱۳۷۹.

۱۸. طباطبایی، سیدمحمدحسین، تفسیر المیزان، نشر اسلامیه، ۱۳۷۰.

۱۹. طباطبایی یزدی، سید جعفر، زمانه امپریالیسم در روزگار خبر، تهران، آیین نو، چاپ اول، بی تا.

۲۰. کاتوزیان، ناصر، مقدمه علم حقوق، تهران، گنج دانش، چاپ دوم، ۱۳۶۶.

۲۱. ماکیه، روبرت، مطبوعات تفریحی، ترجمه: کاظم نقیبی، آسیا، سال اول، ۱۳۸۰.

۲۲. محمدی زنوز، احمد، خاطرات روزهای آغازین، تهران، نشر فاتح، چاپ اول، ۱۳۸۰.

۲۳. مدنی، اسماعیل، مبانی شناخت، تهران، گویش، ۱۳۸۱.

۲۴. مطهری، مرتضی، اخلاق اسلامی، تهران، صدرا.

۲۵. مغنیه، محمد جواد، فلسفه اخلاق در اسلام، تهران، جیحون.

۲۶. موسوی خمینی، سید روح اللّه، حکومت اسلامی، قم، رهرو، ۱۳۶۴.

۲۷. مهرآذین، جلال، اخلاق کانتی، تهران، سروش، ۱۳۷۲.

۲۸. واشنگتن، ال بی، اصول اقتصادی رسانه، ترجمه: محمد محمودی نژاد، تهران،حقیقت، ۱۳۷۹.

۲۹. وِمپلِتن، آرتور، نگاهی دیگر به عرصه رسانه، ترجمه: داوود میری، تهران، آیین پژوه، چاپ اول، ۱۳۸۰.

۳۰. هاپکینز، جان، قانون، رسانه، حکومت، علی اسماعیلی، تهران، فرهنگ نو، چاپ اول، ۱۳۷۸.

۳۱. همتی، ابراهیم، نقد فرهنگ پهلوی، تهران، انتشارات آذر، چاپ اول، ۱۳۶۸.

۳۲. هوسمن، کارل، بحران وجدان، ترجمه: داوود حیدری، تهران، مرکزمطالعات و تحقیقات رسانه های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۵.

نشریه

۱. رهبر، محمد صادق، تضاد ارزش ها در مطبوعات، روزنامه سلام، سال دوم، ۲۵/۲/۱۳۷۵.

۲. شکرخواه، یونس، عوامل مؤثر بر گزینش اخبار مطبوعاتی، نشریه رسانه، سال سوم، شماره اول.

۳. ندوشن، اسماعیل، تأثیر روانی مطبوعات، روزنامه آسیا، سال اول، شماره ۹۰.

## درباره مرکز

بسمه تعالی

هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

آیا کسانی که می‌دانند و کسانی که نمی‌دانند یکسانند ؟

سوره زمر/ ۹

مقدمه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان، از سال ۱۳۸۵ هـ .ش تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن فقیه امامی (قدس سره الشریف)، با فعالیت خالصانه و شبانه روزی گروهی از نخبگان و فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

مرامنامه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان در راستای تسهیل و تسریع دسترسی محققین به آثار و ابزار تحقیقاتی در حوزه علوم اسلامی، و با توجه به تعدد و پراکندگی مراکز فعال در این عرصه و منابع متعدد و صعب الوصول، و با نگاهی صرفا علمی و به دور از تعصبات و جریانات اجتماعی، سیاسی، قومی و فردی، بر مبنای اجرای طرحی در قالب « مدیریت آثار تولید شده و انتشار یافته از سوی تمامی مراکز شیعه» تلاش می نماید تا مجموعه ای غنی و سرشار از کتب و مقالات پژوهشی برای متخصصین، و مطالب و مباحثی راهگشا برای فرهیختگان و عموم طبقات مردمی به زبان های مختلف و با فرمت های گوناگون تولید و در فضای مجازی به صورت رایگان در اختیار علاقمندان قرار دهد.

اهداف:

۱.بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام)

۲.تقویت انگیزه عامه مردم بخصوص جوانان نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی

۳.جایگزین کردن محتوای سودمند به جای مطالب بی محتوا در تلفن های همراه ، تبلت ها، رایانه ها و ...

۴.سرویس دهی به محققین طلاب و دانشجو

۵.گسترش فرهنگ عمومی مطالعه

۶.زمینه سازی جهت تشویق انتشارات و مؤلفین برای دیجیتالی نمودن آثار خود.

سیاست ها:

۱.عمل بر مبنای مجوز های قانونی

۲.ارتباط با مراکز هم سو

۳.پرهیز از موازی کاری

۴.صرفا ارائه محتوای علمی

۵.ذکر منابع نشر

بدیهی است مسئولیت تمامی آثار به عهده ی نویسنده ی آن می باشد .

فعالیت های موسسه :

۱.چاپ و نشر کتاب، جزوه و ماهنامه

۲.برگزاری مسابقات کتابخوانی

۳.تولید نمایشگاه های مجازی: سه بعدی، پانوراما در اماکن مذهبی، گردشگری و...

۴.تولید انیمیشن، بازی های رایانه ای و ...

۵.ایجاد سایت اینترنتی قائمیه به آدرس: www.ghaemiyeh.com

۶.تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و...

۷.راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی

۸.طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و...

۹.برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم (مجازی)

۱۰.برگزاری دوره های تربیت مربی (مجازی)

۱۱. تولید هزاران نرم افزار تحقیقاتی قابل اجرا در انواع رایانه، تبلت، تلفن همراه و... در ۸ فرمت جهانی:

۱.JAVA

۲.ANDROID

۳.EPUB

۴.CHM

۵.PDF

۶.HTML

۷.CHM

۸.GHB

و ۴ عدد مارکت با نام بازار کتاب قائمیه نسخه :

۱.ANDROID

۲.IOS

۳.WINDOWS PHONE

۴.WINDOWS

به سه زبان فارسی ، عربی و انگلیسی و قرار دادن بر روی وب سایت موسسه به صورت رایگان .

درپایان :

از مراکز و نهادهایی همچون دفاتر مراجع معظم تقلید و همچنین سازمان ها، نهادها، انتشارات، موسسات، مؤلفین و همه

بزرگوارانی که ما را در دستیابی به این هدف یاری نموده و یا دیتا های خود را در اختیار ما قرار دادند تقدیر و تشکر می نماییم.

آدرس دفتر مرکزی:

اصفهان -خیابان عبدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آباده ای - کوچه شهید محمد حسن توکلی -پلاک ۱۲۹/۳۴- طبقه اول

وب سایت: www.ghbook.ir

ایمیل: Info@ghbook.ir

تلفن دفتر مرکزی: ۰۳۱۳۴۴۹۰۱۲۵

دفتر تهران: ۸۸۳۱۸۷۲۲ ـ ۰۲۱

بازرگانی و فروش: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

امور کاربران: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹